



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

Demanda Turística y Actividad Turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo

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

**Autor:**

Tayupanda Galora, Jessica Maribel

**Tutor:**

Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez

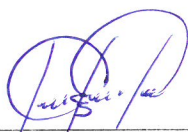
**Riobamba, Ecuador. 2025**

## DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Jessica Maribel Tayupanda Galora con cédula de ciudadanía 060574458-0, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: **DEMANDA TURÍSTICA Y ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí 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, 31 de enero del 2025.



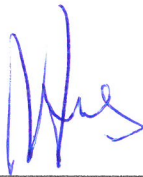
---

Jessica Maribel Tayupanda Galora  
C.I: 0605744580-0

## **DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR**

Quien suscribe, Renato Hernán Herrera Chávez 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 **DEMANDA TURÍSTICA Y ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, bajo la autoría de Jessica Maribel Tayupanda Galora; 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 31 del mes de enero de 2025.



---

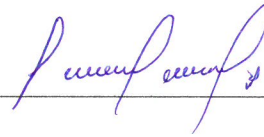
Renato Hernán Herrera Chávez  
**TUTOR**

## CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **DEMANDA TURÍSTICA Y ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, por Jessica Maribel Tayupanda Galora, con cédula de identidad número 060574458, bajo la tutoría de Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez, 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, 31 de enero del 2025.

Paula Moreno, Mgs.  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO**



---

Diego Calvopiña, PhD.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**



---

Roberto Vega, Mgs.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**



---



# CERTIFICACIÓN

Que, **Jessica Maribel Tayupanda Galora** con CC: **0605744580**, estudiante de la Carrera **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**DEMANDA TURÍSTICA Y ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**", cumple con el **9%**, de acuerdo al reporte del sistema Anti-plagio **COMPILATIO**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 21 de enero del 2025



DIRECCIÓN ACADÉMICA  
RENATO HERNAN  
HERRERA CHAVEZ

---

Mgs. Renato Herrera  
**TUTOR**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a Dios, por ser mi fuente de sabiduría y fortaleza, por permitirme finalizar esta etapa de mi vida. Su infinito amor y su presencia me ha impulsado a perseverar en los momentos difíciles.

A mis padres, Raúl Tayupanda – Rosa Galora, cuyo ejemplo y apoyo incondicional han sido fundamental para llegar donde estoy.

A mis profesores, por su conocimiento, por su apoyo, así como la sabiduría que me han transmitido durante mi etapa de mi formación profesional.

A mis compañeros, por compartir momentos inolvidables durante esta etapa de formación.

Con un profundo agradecimiento dedico este trabajo a todos los que han hecho parte de mi trayecto hacia este punto. De manera especial lo dedico a la persona que a pesar de la distancia siempre ha estado presente en mis momentos desafiantes, me ha acompañado en este proceso.

“Clama a mí y yo te responderé, y te enseñare cosas grandes y ocultas que tu no conoces”. **Jeremías 33.3**

**Con aprecio y cariño, *Tayupanda Galora Jessica Maribel***

## **AGRADECIMIENTO**

En primera instancia mi agradecimiento infinito a Dios por las oportunidades que me ha brindado, por la salud, el conocimiento, la sabiduría e inteligencia, por haberme guiado y fortalecido a lo largo de mi carrera universitaria.

Me complace extender mi agradecimiento a mis padres, Raul Tayupanda – Rosa Galora, por ser mi motivación en mi vida universitaria; por el apoyo económico que me brindaron sin condición alguna. A toda mi familia por estar presente en este proceso de preparación.

De igual forma distribuyo mi agradecimiento a la Universidad Nacional de Chimborazo, a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, a la carrera de Turismo, por abrirme las puertas y permitirme formarme en ella, gracias a cada uno de los catedráticos quienes fueron partícipes en mi formación profesional.

Sin pasar por alto expreso mi gratitud a mis compañeros de estudio, quienes formaron parte de esta familia académica.

Un agradecimiento a mi tutor, quien me supo orientar durante este largo proceso hasta la culminación total de mi trabajo de grado, ya que sin su apoyo constante nada de esto sería posible.

A todos y cada uno de las amistades que han estado presente en este largo proceso, por brindarme consejos de ánimos y perseverancia para alcanzar la meta.

Este logro no habría sido posible sin la colaboración y el apoyo de cada uno de ustedes. Les agradezco sinceramente por creer en mí, confiar en mis capacidades y ser parte de este importante capítulo en mi formación académica.

**Con gratitud infinita, Tayupanda Galora Jessica Maribel**

## ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE GRÁFICOS	
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	17
1.1 Planteamiento del problema.....	19
1.2 Formulación del problema.....	19
1.2.1 Problema general.....	19
1.2.2 Problemas Específicos.....	19
1.3 Justificación.....	20
1.3.1 Justificación teórica.....	20
1.3.2 Justificación práctica.....	20
1.3.3 Justificación metodológica.....	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 Antecedentes.....	22



2.2 Marco filosófico y epistemológico de la investigación.....	22
2.2.1 Epistemología - Demanda turística.....	22
2.2.3 Epistemología - Actividad turística .....	23
2.3 Estado del arte .....	23
2.3.1 Estado de arte variable independiente: Demanda Turística.....	23
2.3.2. Estado de arte variable dependiente Actividad Turística .....	25
CAPÍTULO III. METODOLÓGIA.....	28
3.1. Tipo y diseño de la investigación .....	28
3.1.1. Tipo de investigación .....	28
3.2. Diseños de la investigación.....	29
3.2.1. Diseño transversal .....	29
3.2.2. Diseño no Experimental .....	29
3.2.3. Diseño analítico .....	29
3.3. Técnicas de recolección de Datos,.....	30
3.3.1. Técnicas .....	30
3.3.2. Instrumento.....	30
3.4. Población de estudio y tamaño de muestra,.....	30
3.4.1. Unidad de análisis.....	30
3.4.2. Población .....	31
3.4.3. Muestra .....	31
3.5. Confiabilidad del instrumento .....	32
3.5.1. Confiabilidad de instrumento Variable independiente Demanda Turística.....	32
3.5.2. Confiabilidad de instrumento Variable dependiente Actividad Turística .....	33
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	34
4.1. Análisis e interpretación de resultados .....	34
4.1.1. Análisis, interpretación y discusión de la variable independiente (Demanda Turística).....	34
4.1.2. Análisis, interpretación y discusión de la variable dependiente (Actividad Turística).....	41
4.2. Hipótesis .....	47
4.2.1. Hipótesis general .....	47

4.2.2.	Hipótesis específicas 1.....	48
4.2.3.	Hipótesis Específica 2 .....	49
4.2.4.	Hipótesis Específica 3 .....	50
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....		51
5.1.	Conclusiones .....	51
5.2.	Recomendaciones .....	52
CAPÍTULO VI. PROPUESTA .....		53
6.1.	Propuesta.....	53
6.2.	Introducción .....	53
6.3.	Objetivos.....	53
6.3.1.	Objetivo General.....	53
6.3.2.	Objetivos Específicos .....	53
6.4.	Justificación .....	54
6.5.	Desarrollo de la propuesta .....	54
6.5.1.	Identificar las actividades turísticas del cantón Colta. ....	54
6.5.2.	Determinar atractivos turísticos emblemáticos del cantón Colta. ....	56
6.5.3.	Seleccionar las nuevas actividades para el fortalecimiento de la demanda en el cantón Colta.....	59
ANEXOS .....		65
<i>ANEXO 1. Árbol de Problemas .....</i>		65
<i>ANEXO 2: Matriz de operacionalización de variables .....</i>		66
<i>ANEXO 3. Matriz de consistencia .....</i>		70
<i>ANEXO 4. Instrumentos de evaluación Variable independiente Demanda Turística.....</i>		71
<i>ANEXO 5. Instrumentos de evaluación Variable Dependiente Actividad Turística .....</i>		73
<i>ANEXO 6. Análisis e interpretación de las encuestas.....</i>		75
ANEXOS FOTOGRÁFICOS .....		117
<i>Anexo 7: Evidencia fotográfica 1 .....</i>		117
<i>Anexo 8: Evidencia fotográfica 2 .....</i>		117
<i>Anexo 9: Evidencia fotográfica 3 .....</i>		118
<i>Anexo 10: Evidencia fotográfica 4 .....</i>		118
<i>Anexo 11: Evidencia fotográfica 5 .....</i>		119

## ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1	Confiabilidad del instrumento .....	32
Tabla 2	Confiabilidad de instrumento Variable independiente Demanda Turística.....	32
Tabla 3	Confiabilidad de instrumento Variable dependiente Actividad Turística .....	33
Tabla 4	Análisis, interpretación y discusión de la variable independiente (Demanda Turística) .....	34
Tabla 5	Información específica .....	34
Tabla 6	Análisis, interpretación y discusión de la variable dependiente (Actividad Turística) .....	41
Tabla 7	Hipótesis general .....	47
Tabla 8	Planteamiento de la hipótesis específica 1 .....	48
Tabla 9	Hipótesis Específica 2 .....	49
Tabla 10	Planteamiento de Hipótesis específica 3 .....	50
Tabla 11	Género .....	75
Tabla 12	Edad.....	76
Tabla 13	Alojamiento .....	78
Tabla 14	Atención al cliente.....	79
Tabla 15	Seguridad Turística.....	80
Tabla 16	Alimentación .....	81
Tabla 17	Motivación.....	82
Tabla 18	Nivel de motivación .....	83
Tabla 19	Elementos complementarios.....	84
Tabla 20	Valores Agregados .....	85
Tabla 21	Apoyo de empleados .....	86
Tabla 22	Ayuda turística.....	87
Tabla 23	Experiencia Turística.....	88
Tabla 24	Atractivos Turísticos naturales .....	89
Tabla 25	Oferta de Establecimientos.....	90
Tabla 26	Propuesta de establecimientos.....	91
Tabla 27	Actividad turística ofertada .....	92
Tabla 28	Diferentes actividades turísticas .....	93
Tabla 29	Patrimonio Intangible .....	94
Tabla 30	Oferta del patrimonio Intangible .....	95
Tabla 31	Género .....	96
Tabla 32	Edad.....	97
Tabla 33	Instrucción .....	98
Tabla 34	Incentivo a los turistas .....	99
Tabla 35	Bienes y servicios del establecimiento .....	100
Tabla 36	Administración del establecimiento .....	101
Tabla 37	Oferta de servicios.....	102
Tabla 38	Calidad de instalaciones .....	103

Tabla 39 Profesionalismo del personal.....	104
Tabla 40 Importancia de los servicios de calidad.....	105
Tabla 41 Productos turísticos .....	106
Tabla 42 Motivación al turista.....	107
Tabla 43 Importancia de la motivación .....	108
Tabla 44 Importancia del establecimiento para el personal .....	109
Tabla 45 Objetivos del establecimiento.....	110
Tabla 46 personal del establecimiento.....	111
Tabla 47 Personal capacitado .....	112
Tabla 48 Actividades turísticas en la comunidad .....	113
Tabla 49 Actividades de capacitación .....	114
Tabla 50 Mejora continua.....	115
Tabla 51 Comunidad local.....	116

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Género .....	75
Gráfico 2 Edad.....	76
Gráfico 4 Estudio.....	77
Gráfico 5 Alojamiento .....	78
Gráfico 6 Atención al cliente.....	79
Gráfico 8 Alimentación .....	81
Gráfico 9 Motivación.....	82
Gráfico 10 Nivel de motivación .....	83
Gráfico 11 Elementos Complementarios.....	84
Gráfico 12 Valor Agregado .....	85
Gráfico 13 Apoyo de empleados .....	86
Gráfico 14 Ayuda Turística .....	87
Gráfico 15 Experiencia Turística.....	88
Gráfico 16 Atractivos turísticos naturales .....	89
Gráfico 17 Oferta de establecimientos .....	90
Gráfico 18 Propuesta de establecimientos.....	91
Gráfico 19 Actividad turística ofertada .....	92
Gráfico 20 Diferentes actividades turísticas.....	93
Gráfico 21 Patrimonio Intangible .....	94
Gráfico 22 Oferta del patrimonio intangible .....	95
Gráfico 23 Género .....	96
Gráfico 24 Edad.....	97
Gráfico 25 Instrucción .....	98
Gráfico 26 Incentivo a los turistas.....	99
Gráfico 27 Bienes y servicios del establecimiento.....	100
Gráfico 28 Administración del establecimiento .....	101
Gráfico 29 Oferta de servicios.....	102
Gráfico 30 Calidad de Instalaciones .....	103
Gráfico 31 Profesionalismo del personal .....	104

Gráfico 32 Importancia de los servicios de calidad.....	105
Gráfico 33 Productos turísticos .....	106
Gráfico 34 Motivación al turista.....	107
Gráfico 35 Importancia de la motivación .....	108
Gráfico 36 Importancia del establecimiento para el personal .....	109
Gráfico 37 Objetivos del establecimiento .....	110
Gráfico 38 Personal del establecimiento .....	111
Gráfico 39 Personal capacitado .....	112
Gráfico 40 Actividades turísticas en la comunidad .....	113
Gráfico 41 Actividades de capacitación .....	114
Gráfico 42 Mejora continua.....	115
Gráfico 43 Comunidad local .....	116

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 <i>Laguna de Colta</i> .....	56
Ilustración 2 <i>Iglesia de Balbanera</i> .....	56
Ilustración 3 <i>Ruinas del Antigua Riobamba</i> .....	56
Ilustración 4 <i>Museo Histórico P.V. Maldonado</i> .....	57
Ilustración 5 <i>Catacumbas de la Archibasilica de la virgen de las Nieves</i> .....	57
Ilustración 6 <i>Turismo Comunitario “La Esperanza”</i> .....	57
Ilustración 7 <i>Complejo Turístico Cunugpogyo</i> .....	58
Ilustración 8 <i>Viste el Orquideario Sisa</i> .....	58
Ilustración 9 <i>Cascada Cunuguayco</i> .....	58
Ilustración 10 <i>Feria indígena artesanal</i> .....	59
Ilustración 11 <i>Evidencia fotográfica 1</i> .....	117
Ilustración 12 <i>Evidencia fotográfica 2</i> .....	117
Ilustración 13 <i>Evidencia fotográfica 3</i> .....	118
Ilustración 14 <i>Evidencia fotográfica 4</i> .....	118
Ilustración 15 <i>Evidencia fotográfica 5</i> .....	119

## RESUMEN

El turismo, sector económicamente vital que fomenta la prosperidad global, encuentra en Ecuador un edén de riquezas naturales y culturales, haciéndolo indispensable. Este estudio se centra en Colta, municipalidad de la provincia de Chimborazo, donde la laguna, la iglesia de Balbanera y su gastronomía pintan un cuadro singular. A pesar de su promesa, la falta de datos claros sobre el interés turístico oscurece la evaluación de estrategias y la planificación del crecimiento. Esta investigación indaga el impacto de la demanda turística en la participación regional, considerando aportes, servicios y provisiones. El estudio se estructura en cinco partes.

La primera expone el problema, justificando la necesidad y aclarando el objetivo. La segunda se basa en la teoría sobre los motivos del viaje y la elección de actividades. La tercera detalla la técnica empleada, un método cualitativo, no experimental, descriptivo y explicativo. Esta se apoya teóricamente en la relación entre demanda y turismo, sirviendo como referente metodológico, logrado a través de una hábil recolección de datos. Entre las observaciones, exploramos cómo viajeros, servicios y ofertas impactan el turismo comunitario, postulando una correlación sustancial con la participación en Colta.

Los resultados buscan ser un instrumento para refinar la administración turística, fortaleciendo la oferta y posicionamiento de Colta como destino sostenible. Este análisis impulsa el crecimiento del turismo ecuatoriano, enfatizando el valor de la información concreta para aprovechar oportunidades y afrontar retos.

**Palabras claves:** Biodiversidad, Patrimonio cultural, Gastronomía, Atractivos turísticos, Metodología, Estadísticas



## ABSTRACT

Tourism, an economically vital sector that promotes global prosperity, finds in Ecuador an Eden of natural and cultural riches, making it indispensable. This study focuses on Colta, a municipality in the province of Chimborazo, where the lagoon, the Balbanera church and its gastronomy paint a unique picture. Despite its promise, the lack of clear data on tourism interest obscures strategy evaluation and growth planning. This research investigates the impact of tourism demand on regional participation, considering contributions, services and provisions. The study is structured in five parts. The first exposes the problem, justifying the need and clarifying the objective. The second is based on theory about the reasons for travel and the choice of activities. The third details the technique used, a qualitative, non- experimental, descriptive and explanatory method. This is theoretically supported by the relationship between demand and tourism, serving as a methodological reference, achieved through skillful data collection. Among the observations, we explore how travelers, services and offers impact community tourism, postulating a substantial correlation with participation in Colta. The results seek to be an instrument to refine tourism administration, strengthening the offer and positioning of Colta as a sustainable destination. This analysis drives the growth of Ecuadorian tourism, emphasizing the value of concrete information to take advantage of opportunities and face challenges.

**Keywords:** Biodiversity, Cultural heritage, Gastronomy, Tourist attractions, Methodology, Statistics.



Firmado electrónicamente por:  
ALISON  
TAMARA  
VARELA  
PUENTE

Reviewed by: Alison Tamara Varela Puente  
ID: 0606093904

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los fenómenos que ha evolucionado la economía durante varios años y en muchos países, se considera también que el turismo es el factor de desarrollo. Sin dejar de lado que nuestro país se encuentra en una ubicación geográfica favorable en la que obtenemos biodiversidad ya que también se cuenta con una gran variedad de atractivos y recursos naturales y culturales a lo largo y ancho de las regiones del Ecuador.

De acuerdo con Ciza y Molina (2012), señalan que el turismo es una industria que ha experimentado un crecimiento rápido y significativo a nivel global en las últimas décadas. Esta expansión permite a las personas explorar lugares únicos, sumergirse en diversas culturas, disfrutar de paisajes espectaculares y obtener experiencias enriquecedoras tanto a nivel personal como profesional.

Esta investigación está comprendida en analizar la problemática en el cantón Colta, provincia de Chimborazo, teniendo como caso de estudio la demanda turística que llegan al cantón.

El Cantón Colta se encuentra ubicado en la parte Noroccidental de la Provincia de Chimborazo, apenas a 18 Km. de la ciudad de Riobamba y a 206 Km. de la Capital de la República del Ecuador. Asentada a los pies del histórico cerro Cushca, y al Norte del valle de la Antigua Liribamba, formada por las cuencas que forman los ríos Cicalpa y Cajabamba con una altitud de 3.180 m.s.n.m. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Colta , 2018).

El cantón Colta es reconocido por su riqueza turística, destacándose atractivos como la Laguna de Colta, el Complejo Turístico Cunucpogyo, la Iglesia de Balbanera, las ruinas de la antigua ciudad de Riobamba y la Ruta de las Iglesias. Además, Colta preserva vivas sus costumbres, tradiciones y la preparación de platos típicos transmitidos de generación en generación. El cantón también ofrece oportunidades para actividades de aventura como ciclismo, tracking, camping y senderismo. Su gastronomía variada incluye especialidades locales como papas con cuy y hornado, entre otros platos típicos que se pueden degustar en la región.

Esta investigación está compuesta por los siguientes capítulos:

**El capítulo I**, en la que se muestra la introducción, la cual detalla la problemática a analizar, la justificación y de la misma manera, se plantean los objetivos que guio a esta investigación.

**El capítulo II**, en este ámbito se encuentra el marco teórico, en la que se visualiza las conceptualizaciones de la variable independiente y dependiente las cuales son: la demanda y la

actividad turística, en este punto se consideran las investigaciones previas, antecedentes de estudio y bases teóricas a partir de artículos ya estudiados en anteriores años.

**En el Capítulo III**, se trata de la metodología, en la que se indica que la investigación es cualitativa, no experimental, descriptiva y explicativa, detallando de la misma manera la población y muestra; y por último mencionar el instrumento de recolección de datos que se utilizó.

**En el Capítulo IV**, se evidencian los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los establecimientos turísticos y a los turistas, con el fin de obtener un análisis y esto nos ayuda para el desarrollo de las conclusiones y recomendaciones.

**En el Capítulo V**, se encuentran las conclusiones y recomendaciones, dando un análisis más claro a los resultados obtenidos.

**En el Capítulo VI**, en este apartado se evidencia una propuesta para dar solución a la problemática establecida en esta investigación.

**Bibliografía y anexos:** se adjuntan las fuentes bibliográficas y anexos realizados durante la investigación.

## **1.1 Planteamiento del problema**

El turismo es una de las actividades económicas más dinámicas del mundo y se ha convertido en un poderoso motor de desarrollo económico, cultural y social en diversas regiones.

El cantón Colta, ubicado en la provincia de Chimborazo, es un destino turístico rico en recursos culturales, históricos y naturales. Sitios icónicos como la laguna de Colta, la Iglesia de Balbanera (la primera iglesia del Ecuador) y las interacciones con comunidades indígenas que preservan sus tradiciones ancestrales son un valioso potencial turístico.

Sin embargo, a pesar de estos atractivos, el desarrollo turístico en Colta enfrenta importantes desafíos para consolidarse como una actividad sostenible y generadora de desarrollo económico y social para la población local.

El vínculo entre la demanda turística y la actividad turística es clave para el crecimiento sostenible de la industria, ya que el comportamiento turístico afecta la planificación y gestión de los destinos. Sin embargo, en muchas regiones, estas relaciones no se entienden ni se gestionan bien.

Las oportunidades turísticas actuales en Colta no satisfacen las expectativas de los turistas ni compiten con otros destinos de la región. La oferta limitada de alojamiento, de establecimiento de alimentos y bebidas, transporte, información turística y otros, afecta la experiencia y reduce la predisposición de recomendar o regresar. La infraestructura existente tampoco garantiza la sostenibilidad ambiental o la integración cultural, lo que puede perjudicar al medio ambiente y a las comunidades locales.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

- ¿Cómo influye la demanda turística en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo?

### **1.2.2 Problemas Específicos**

- ¿Cómo influyen los turistas en la actividad turística del cantón Colta, provincia de Chimborazo?
- ¿Cómo influyen las facilidades turísticas en la actividad turística del cantón Colta, provincia de Chimborazo?

- ¿Cómo influyen los servicios en la actividad turística del cantón Colta, provincia de Chimborazo?

### **1.3 Justificación**

#### **1.3.1 Justificación teórica**

La presente investigación se justifica desde la parte teórica, ya que busca aprovechar todo el contenido existente sobre demanda turística y actividad turística de tal manera que sea un aporte a la investigación realizada en el cantón Colta, provincia de Chimborazo, para de este modo se evidencie la relación que existe entre demanda y actividad turística en este sitio.

#### **1.3.2 Justificación práctica**

Esta investigación servirá como referencia para futuras investigaciones, la cual da a conocer la demanda y actividad turística, así mismo ayude a favorecer al desarrollo del turismo de nuestro país, forjando nuevas oportunidades y visiones en el sector turístico.

#### **1.3.3 Justificación metodológica**

La metodología utilizada en el presente proyecto se enfoca en una investigación documental, descriptivo, correlacional y no experimental.

Para obtener los resultados a esta investigación se usó encuestas, tanto para la variable dependiente como para la variable independiente, misma que nos ayudó a ver el estado del tema que se estudió, para la variable dependiente que es la demanda turística se obtuvo información mediante las encuestas que estuvo dirigida a los turística que visitan el cantón Colta, en cambio la Actividad Turística se estudió de la misma forma mediante encuestas las que fue dirigido a los establecimientos turísticos del cantón Colta.

### **1.4 Objetivos**

#### **1.4.1 Objetivo general**

Determinar la influencia de la demanda turística en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

#### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Establecer la influencia de los turistas en la actividad turística del cantón Colta, provincia de Chimborazo.
- Establecer la influencia de las facilidades turísticas en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

- Establecer la influencia de los servicios en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

## **1.5 Hipótesis**

### **1.5.1 Hipótesis general**

Existe influencia de la demanda turística en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

### **1.5.2 Hipótesis específicas**

- Existe influencia de los turistas en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.
- Existe influencia de las facilidades turísticas en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.
- Existe influencia de los servicios en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Antecedentes**

El turismo es una actividad económica que involucra viajes y estancias momentáneas de personas en lugares diferentes a su lugar de residencia habitual. Esta actividad se caracteriza por su carácter lúdico, recreacional y cultural. El turismo puede ser de diferentes tipos, como el turismo rural, urbano, cultural, de aventura, entre otros.

Además, el turismo puede ser una experiencia educativa y de aprendizaje, especialmente en el caso del turismo cultural, donde el turista busca disfrutar de la cultura y la historia del lugar que visita.

El turismo es un motor de crecimiento económico en muchos países y puede tener un impacto positivo en la economía local, siempre y cuando se realice de manera sostenible y responsable.

Considerada como una actividad económica que involucra viajes y estancias temporales en lugares distintos al de residencia habitual, caracterizándose por su naturaleza lúdica, recreativa y cultural. Entre sus diversas formas, el turismo cultural destaca como una experiencia educativa, donde los viajeros buscan sumergirse en la historia y tradiciones de los destinos, promoviendo una comprensión más profunda de la cultura local. Según la Organización Mundial del Turismo (2023), "el turismo cultural permite a los viajeros sumergirse en la historia y las tradiciones de los destinos, promoviendo una comprensión más profunda de la cultura y, al mismo tiempo, contribuyendo a la economía local." Además de su valor educativo, el turismo actúa como un motor de crecimiento económico, especialmente en comunidades locales, siempre y cuando se gestione de manera sostenible. Como destacan Smith y Johnson (2023), "el turismo sostenible es crucial para minimizar el impacto negativo sobre el medio ambiente y la cultura, garantizando que los beneficios económicos del turismo se distribuyan de manera equitativa entre las comunidades locales."

Así, el turismo no solo contribuye al desarrollo económico, sino que también ayuda a preservar el patrimonio cultural y natural, promoviendo un intercambio enriquecedor entre turistas y comunidades locales.

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

#### **2.2.1 Epistemología - Demanda turística**

La demanda turística y la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo, han mostrado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por la rica herencia cultural y los atractivos naturales de la región. Colta, conocida por su laguna de

Colta y la Iglesia de Balbanera, la más antigua de Ecuador, ha emergido como un destino de interés tanto para turistas nacionales como internacionales. Este crecimiento turístico ha sido acompañado por iniciativas locales que buscan mejorar la infraestructura y los servicios turísticos, lo que ha contribuido a incrementar la afluencia de visitantes. Según datos recientes, "la demanda turística en Colta ha experimentado un aumento del 15% anual, impulsado por la promoción de su patrimonio cultural y natural" (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023). Además, un estudio señala que "la actividad turística en Colta está directamente relacionada con el desarrollo económico local, generando empleo y dinamizando la economía de las comunidades rurales" (Pérez y Gómez, 2022). No obstante, es esencial que este crecimiento se maneje de manera sostenible para preservar los recursos naturales y culturales que constituyen el principal atractivo del cantón.

### **2.2.3 Epistemología - Actividad turística**

La actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo, ha crecido considerablemente en los últimos años, motivada por su riqueza cultural e histórica, así como por sus paisajes naturales. Colta se ha convertido en un destino de gran interés gracias a su Lago de Colta y la Iglesia de Balbanera, la más antigua del país, lo que ha captado la atención de turistas tanto nacionales como internacionales. Este aumento en la afluencia de visitantes ha sido respaldado por el desarrollo de infraestructura y servicios turísticos que buscan satisfacer las crecientes demandas del mercado.

Un estudio reciente señala que "el turismo en Colta ha experimentado un crecimiento anual del 12%, impulsado principalmente por el turismo cultural y de naturaleza" (Vargas y Martínez, , 2023). Además, la expansión de la actividad turística ha tenido un impacto económico significativo en la región. Según López y Andrade (2023), "la actividad turística en Colta ha generado nuevas oportunidades de empleo y ha contribuido a la diversificación económica de las comunidades locales, especialmente en el sector de servicios y artesanías." Estos desarrollos subrayan la importancia del turismo como motor de desarrollo económico en la región. No obstante, para asegurar la sostenibilidad de estos beneficios, es crucial implementar prácticas de turismo responsable que protejan los recursos naturales y culturales que son el principal atractivo de Colta.

## **2.3 Estado del arte**

### **2.3.1 Estado de arte variable independiente: Demanda Turística**

#### **2.3.1.1 Demanda Turística.**

Para Bullón (2006), la demanda turística se refiere al número de turistas que concurren a una región, centro o atractivo turístico, los ingresos que producen para el país y área receptora y su contribución entre distintos servicios ocupados. Además, Panosso (2012), menciona que



la demanda turística es, por tanto, el total de las personas participantes en actividades turísticas, cuantificada como número de llegadas o salidas de turistas, valor en dinero gastado u otros datos estadísticos.

La demanda turística es un indicador clave para la planificación y desarrollo de destinos, ya que refleja el número de personas dispuestas a viajar y consumir productos y servicios turísticos en un determinado lugar. Medir la demanda turística de manera precisa es esencial para diseñar estrategias que respondan a las expectativas de los turistas y optimicen los recursos disponibles en un destino Naranjo (2022). Entre los procedimientos más utilizados para medir la demanda turística se encuentran la recopilación de estadísticas de llegadas de turistas, la realización de encuestas de satisfacción, el análisis de los gastos turísticos, y la aplicación de estudios de intención de viaje.

Según Naranjo (2022), el análisis de estadísticas de llegadas de turistas, obtenido de registros en puntos de entrada como aeropuertos, estaciones de tren, y fronteras, proporciona una imagen clara del flujo de turistas y permite identificar tendencias en la afluencia de visitantes. Este tipo de análisis es crucial para los gobiernos y los operadores turísticos, ya que permite anticipar la demanda y ajustar la oferta de servicios en consecuencia. Las encuestas de satisfacción, que se aplican a los turistas durante o después de su visita, permiten evaluar su experiencia y medir la calidad de los servicios recibidos. Estas encuestas son vitales para identificar áreas de mejora y garantizar la fidelización de los turistas.

El análisis de gastos turísticos, por su parte, ofrece información sobre el comportamiento de consumo de los turistas, revelando en qué productos y servicios se invierte más, lo que ayuda a identificar los segmentos de mercado más rentables. Esta información es invaluable para diseñar productos turísticos que se ajusten a las preferencias de los diferentes tipos de turistas. Finalmente, los estudios de intención de viaje, basados en encuestas previas al viaje, permiten predecir la demanda futura y planificar campañas de marketing dirigidas a captar la atención de potenciales turistas. Combinando estos procedimientos, las autoridades y los operadores turísticos pueden obtener una comprensión integral de la demanda turística, lo que es fundamental para la toma de decisiones estratégicas en el sector (Morales J. 2022)

### **2.3.1.2 Demanda**

Hernández Flores et al., (2020) definen la demanda como “un conjunto de visitantes que van a un lugar determinado por los atractivos que ofrece dicho lugar, acorde a las expectativas y disponibilidad de tiempo y dinero”, de acuerdo con lo que mencionaron, Guevara (2011) y Cuevas y Hechavarría (2016), conocer la demanda y sus comportamientos de compra, de elección y de gastos es muy importante ya que permite hacer una investigación más precisa de lo que espera un visitante en determinado lugar, y aprovechar el análisis de esta información

permite crear un panorama más claro de lo que se debe de hacer y a qué segmento dirigirse en el mercado.

### **2.3.1.3 Turistas**

Según Chávez (2023), menciona que un **turista** es una persona que viaja hacia un determinado sitio, generalmente lejano y de forma temporal, para realizar actividades turísticas. Por otra parte, el mismo autor menciona que los turistas son los autores del turismo, puesto que son ellos los que planifican, viajan y consumen los diversos productos turísticos que son elaborados alrededor de ellos.

### **2.3.1.4. Facilidades turísticas**

Para Muñoz (2018), las facilidades turísticas es “el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo”. De la misma forma Alejandro (2017) menciona que “son los elementos complementarios del atractivo, pues como su nombre lo dice facilitan la permanencia del turista haciendo de su estancia una experiencia más agradable y placentera”.

### **2.3.1.2. Servicios**

Román y Nebreda (2018), mencionan que un servicio es el “conjunto de acciones, procesos y ejecuciones que se desarrollan de forma independiente y que también complementan la estrategia empresarial”. Del mismo modo Zavala Choez y Vélez Moreira (2020), aseveran que los servicios han sido durante mucho tiempo” la fuente principal de crecimiento de los países ricos y en la actualidad también de las naciones pobres, por la proporción que les corresponde del producto interno bruto (PIB).”

## **2.3.2. Estado de arte variable dependiente Actividad Turística**

### **2.3.2.1. Actividad turística**

La actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. (Rodríguez, 2022). Para Ronquillo (2015), la actividad turística puede definirse como un conjunto de actividades dinamizadoras, ya que cada componente agregado del producto turístico (bienes, servicios, infraestructura, atractivos naturales y expresiones culturales), representa a un sector económico, y porque se desarrolla en un espacio y contexto económico, social, cultural, ambiental que permiten crear esa oferta e involucrar a la comunidad. Nevárez Rojas (2006), explica que “La actividad turística debe incorporar a la comunidad, propiciando servicios que les sean rentables, que logren complacer al visitante percatado de un entorno que le brinda satisfacciones en medio de comodidades.”

### **2.3.2.2. Beneficio Social de la Actividad Turística**

La actividad turística es un motor no solo de desarrollo económico, sino también de beneficios sociales que impactan positivamente a las comunidades receptoras. Más allá de los ingresos generados, el turismo tiene un profundo efecto en el bienestar social, promoviendo la creación de empleo, la preservación cultural, la mejora de la infraestructura comunitaria, y la cohesión social. La creación de empleo es uno de los beneficios más directos y significativos, ya que el turismo genera oportunidades laborales tanto directas como indirectas en sectores como la hostelería, el transporte, la gastronomía, y la artesanía. Esto contribuye a reducir el desempleo y la pobreza en las comunidades locales, mejorando así la calidad de vida de sus habitantes.

Además, la actividad turística incentiva la preservación y revitalización del patrimonio cultural y las tradiciones locales. Las comunidades se ven motivadas a mantener y promover sus costumbres y monumentos históricos, no solo para atraer turistas, sino también para fortalecer su identidad cultural. Según García y Ortiz (2023), "el turismo no solo dinamiza la economía local, sino que también refuerza el tejido social al incentivar la participación comunitaria en la preservación del patrimonio y en la prestación de servicios turísticos". Este proceso de revitalización cultural no solo enriquece la experiencia del turista, sino que también fomenta el orgullo y la cohesión social dentro de la comunidad.

El turismo también promueve el desarrollo de infraestructura pública, como la construcción y mejora de carreteras, servicios sanitarios, sistemas de agua potable, y servicios de salud, que no solo benefician a los turistas, sino también a los residentes locales. Además, el turismo puede desempeñar un papel crucial en la cohesión social, al promover el trabajo en equipo entre los residentes locales para ofrecer una experiencia turística auténtica y de calidad.

Este esfuerzo conjunto refuerza los lazos comunitarios y crea un sentido compartido de logro y orgullo. En resumen, los beneficios sociales de la actividad turística son amplios y diversos, contribuyendo significativamente al desarrollo sostenible y al bienestar de las comunidades anfitrionas, y reforzando la importancia del turismo como una herramienta de desarrollo integral.

### **2.3.2.3. Producto turístico**

Jefferson y Lickorish (1991), definen al producto turístico que "es una colección de características físicas y de servicio junto con asociaciones simbólicas con las cuales se espera cumplir con los deseos y necesidades de los compradores y de forma más sucinta, el producto turístico, es una actividad satisfactoria en un destino deseado. De igual manera Cárdenas (2008), asevera que "el producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado -para confort material o espiritual- en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista" Bastidas (2020).

#### **2.3.2.4. Comunidad local**

Ruhanen (2009), reafirma que la comunidad local no ha sido tomada en cuenta en la planeación de los destinos turísticos, a pesar de que la literatura sugiere la participación efectiva de ésta para el desarrollo del turismo. de igual manera, “grupo de personas que viven en un área geográficamente específica y cuyos miembros comparten actividades e intereses comunes, donde pueden o no cooperar formal e informalmente para la solución de los problemas colectivos” (Rigol, 2009).

## CAPÍTULO III. METODOLÓGIA

### 3.1. Tipo y diseño de la investigación

#### 3.1.1. Tipo de investigación

La investigación tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo. Según Quispe y Villalta, (2020), la investigación cuantitativa es la “suma los paradigmas de los hechos, la estructura de la ciencia, la verificación de las hipótesis o hacer la investigación para cambiar un hecho; más aún, se considera, como una inferencia estadística del método científico”.

Por lo cual, la metodología mixta será utilizada en esta investigación, en la mixta intervienen las dos metodologías. La presente investigación se alinea a la investigación no experimental. Los siguientes tipos de investigación.

#### **De campo:**

Según ARIAS (2012), manifiesta que:

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables algunas, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. (p.21)

#### **Descriptivo:**

Según Sampieri H. (2014), indica que el método descriptivo “únicamente se pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren”. (p.92)

#### **Documental:**

Este tipo de método documental ayudó en esta investigación, ya que se revisó y tomó información de varios documentos como tesis, artículos científicos, revistas científicas y turísticas, de acuerdo a su año. Se seleccionó varios artículos, donde se encuentra sus descripciones de todo lo que se necesitó para la investigación y que cuenten con información fidedigna para el correcto desarrollo de la misma.

#### **Correlacional**

La investigación correlacional examina cómo se relacionan dos o más variables. Primero, se miden las variables y luego, a través de pruebas de hipótesis y análisis estadísticos, se determina la fuerza de la relación entre ellas.

Para Mejia (2017), “la investigación correlacional es un tipo de investigación no experimental en la que los investigadores miden dos variables y establecen una relación estadística entre las mismas (correlación), sin necesidad de incluir variables externas para llegar

a conclusiones relevantes. Usualmente se cree que la investigación correlacional debe involucrar dos variables cuantitativas, como puntajes, resultados del número de eventos repetidos dentro de un margen de tiempo”.

### **3.2. Diseños de la investigación**

#### **3.2.1. Diseño transversal**

El estudio transversal es un tipo de investigación observacional que permite analizar datos de múltiples variables en una población específica en un solo punto en el tiempo, lo que facilita la identificación de patrones y relaciones dentro de esa población (Morales J. , 2020). Este enfoque es particularmente útil cuando se busca obtener una instantánea de las características o comportamientos de una muestra en un momento determinado. Según Hernández, Fernández, y Baptista (2022), "el diseño transversal es comúnmente empleado en investigaciones que requieren la recolección de datos en un periodo específico, permitiendo describir la prevalencia de una característica o condición en la población estudiada". En la presente investigación, se empleará el diseño transversal para la aplicación de encuestas, con el objetivo de recolectar datos en un tiempo estipulado.

#### **3.2.2. Diseño no Experimental**

El diseño no experimental es un enfoque de investigación en el cual el investigador no manipula activamente las variables independientes, sino que observa los fenómenos tal como ocurren naturalmente en el entorno de estudio. Este tipo de diseño es particularmente útil cuando la manipulación de variables no es posible o éticamente aceptable, permitiendo así la recolección de datos en situaciones reales y la descripción de relaciones entre variables tal como se presentan en la realidad. En esta investigación, se empleará un diseño no experimental para observar y analizar las variables de interés sin intervención directa, facilitando una comprensión detallada de las dinámicas dentro de la población estudiada.

De acuerdo con Creswell (2022), "los diseños no experimentales se utilizan comúnmente en ciencias sociales y humanidades, donde el objetivo principal es explorar relaciones entre variables en contextos naturales sin intervención del investigador." Este enfoque es adecuado para estudios que buscan describir fenómenos o identificar correlaciones entre variables sin alterar las condiciones del entorno.

#### **3.2.3. Diseño analítico**

El diseño analítico es un enfoque de investigación que busca identificar y analizar las relaciones entre variables dentro de un estudio, permitiendo no solo la descripción de fenómenos, sino también la evaluación de asociaciones y efectos causales. Este tipo de diseño es fundamental cuando se pretende explorar cómo una o varias variables independientes

influyen en una variable dependiente, proporcionando así una comprensión más profunda de las dinámicas dentro de la población estudiada. En el contexto de la presente investigación, el diseño analítico se aplicará para examinar las correlaciones entre los datos recolectados, permitiendo inferir posibles relaciones causales.

Según Sampieri (2021), "los estudios analíticos se caracterizan por su capacidad de relacionar variables y evaluar efectos causales, siendo particularmente útiles en investigaciones que buscan explicar fenómenos complejos a través del análisis riguroso de los datos". Este enfoque fortalecerá la capacidad del estudio para generar conclusiones relevantes y fundamentadas sobre las relaciones entre las variables investigadas.

### **3.3. Técnicas de recolección de Datos,**

#### **3.3.1. Técnicas**

##### **Encuesta**

Para la investigación de campo, utilizaré el análisis documental o la encuesta como técnica. Esta metodología permite abordar problemas proporcionando descripciones detalladas y analizando la relación entre variables, mediante la recolección organizada de datos de acuerdo con un diseño estructurado que asegura la calidad y precisión de la información recopilada.

#### **3.3.2. Instrumento**

##### **Cuestionario**

Para recolectar datos de los turistas que visitaron el cantón Colta, se utilizó un cuestionario, ya que es un instrumento confiable y válido.

Las preguntas serán claras, comprensibles y fáciles de responder para cumplir con los objetivos de la investigación. El cuestionario consistirá en un conjunto de preguntas organizadas de manera lógica y coherente, tanto desde una perspectiva racional, y formuladas en un lenguaje simple y accesible para los encuestados.

### **3.4. Población de estudio y tamaño de muestra,**

#### **3.4.1. Unidad de análisis**

La presente investigación posee dos unidades de análisis:

- **Unidad I: Variable Independiente Demanda Turística.**

En esta variable consiste encuestar a los turistas que visitan establecimientos turísticos en el cantón Colta.

- **Unidad II: Variable Dependiente Actividad Turística:**

Las personas encuestadas serán los propietarios y/o encargados de los establecimientos turísticos del cantón Colta.

### 3.4.2. Población

#### **Variable Independiente Demanda Turística:**

Dentro de la presente investigación para la aplicación de las encuestas se consideró a las personas que ingresaron al complejo turístico “Kulta Kucha” – “Laguna de Colta”, por lo que se obtuvo un número considerable dentro de la administración actual 2023-2027.

#### **Variable Dependiente Actividad Turística:**

Para el estudio de la población de esta variable se consideró 11 establecimientos turísticos, como son: hoteles, turismo comunitario, restaurantes, paraderos, entre otros. Estos establecimientos se encuentran registrados en el catastro turístico nacional.

### 3.4.3. Muestra

#### **Variable Independiente Demanda Turística:**

Dentro de la presente investigación para la aplicación de la muestra se estratificó un cierto número porcentual que se tomó en cuenta a los turistas que ingresaron al cantón en el año 2023, es decir, que un número total de turistas que ingresaron es de 15.286 turistas, lo cual estos datos se obtuvieron mediante coordinación de la autora de esta investigación y la directora de Turismo y Patrimonio del cantón Colta.

Con estos datos se determinó la muestra a través de la aplicación de la siguiente fórmula estadística.

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

Donde;

N: Tamaño del Universo= 15286

Z: Nivel de confianza= 1,96%

p: Probabilidad de éxito= 0.5

q: Probabilidad de fracaso= 0.5

E: Margen de error= 0.05

n: Muestra= ?

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * (15286)}{(15286) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$



n= 374,77

El resultado fue 374,77 pero se eleva al inmediato superior por lo tanto se trabajará con 375 personas.

### **Variable Dependiente Actividad Turística:**

En la presente variable se aplicó el muestreo por conveniencia. Ya que la variable es manejable, y tiene un número total de población considerable.

En esta variable se trabajará con una muestra total de 11 personas, las cuales son participes o propietarios de los establecimientos turísticos.

### **3.5.Confiabilidad del instrumento**

En la presente investigación se evaluó la confiabilidad del instrumento, mediante el coeficiente alfa de Cronbach.

El Alfa de Cronbach tiene las siguientes valoraciones

**Tabla 1**

*Confiabilidad del instrumento*

<b>Coeficiente</b>	<b>Criterio</b>
Coeficiente alfa >0.9	Excelente
Coeficiente alfa >0.8	Bueno
Coeficiente alfa >0.7	Aceptable
Coeficiente alfa >0.6	Cuestionable
Coeficiente alfa >0.5	Pobre
Coeficiente alfa <0.5	Inaceptable

*Nota:* Datos de confiabilidad del instrumento

#### **3.5.1. Confiabilidad de instrumento Variable independiente Demanda Turística**

Se encuestó a 375 personas, las cuales son turistas que ingresaron al cantón, donde se obtuvo el siguiente nivel de confiabilidad en el instrumento utilizado.

**Tabla 2**

*Confiabilidad de instrumento Variable Independiente Demanda Turística*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
,871	18

*Nota:* Datos del instrumento de confiabilidad variable independiente

Se obtuvo como resultado un 0,871, el mismo que está considerado “bueno”, en el coeficiente de Alfa de Cronbach, esto refleja que el instrumento realizado es confiable y aceptable.

### 3.5.2. Confiabilidad de instrumento Variable dependiente Actividad Turística

Se encuestó a 11 personas, las cuales son representantes de los establecimientos turísticos en el cantón Colta.

**Tabla 3**

*Confiabilidad de instrumento Variable Dependiente Actividad Turística*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
,908	18

*Nota:* Datos del instrumento de confiabilidad variable dependiente

Se obtuvo como resultado un 0,908, el mismo que está considerado “excelente”, en el coeficiente de Alfa de Cronbach, esto refleja que el instrumento realizado es confiable y aceptable.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Análisis e interpretación de resultados

#### 4.1.1. Análisis, interpretación y discusión de la variable independiente (Demanda Turística)

**Tabla 4**

*Análisis, interpretación y discusión de la variable independiente (Demanda Turística)*

Nº	Ítems	Interpretación
<b>Información general</b>		
1	Sexo	<p>A través de las encuestas aplicadas en el cantón Colta, se pudo determinar que el 56% corresponde al sexo femenino, es decir, un número total de 210 personas, mientras que el 44% corresponde al sexo masculino, dando un número total de 165 personas encuestadas.</p> <p>A partir de los resultados, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestados son de sexo femenino.</p>
2	Edad	<p>A través de las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se pudo determinar que el 49,33 % tienen una edad de 18-30 años, seguido del 36,8% que tienen una edad de 31 a 40 años, mientras que el 12,53% tienen una edad de 41 a 50 años y el 1,33% tienen una edad de 51- 60 años.</p> <p>A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas están en la de edad de 18 a 30 años.</p>
3	Nivel de instrucción	<p>Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 74,9% de las personas tienen un nivel de estudio superior universitario seguido del 14,1% que tienen un nivel de estudio bachillerato, seguido del 7,5% con un nivel de estudio posgrado y finalmente el 3,5% con el nivel de estudio en primaria básica.</p> <p>A partir de los resultados obtenidos, se puede concluir que la mayor parte de turistas visitantes a este lugar son personas que tienen un título de tercer nivel.</p>

*Nota:* Datos de la demanda Turística

---

**Tabla 5***Información específica***INFORMACION ESPECIFICA**

---

**TURISTAS**

---

- |   |  |
|---|--|
| <b>1</b> Indique el grado de satisfacción de las instalaciones al pernoctar en los establecimientos de alojamiento de cantón Colta.       | Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 54,1% de las personas (203) se sienten muy satisfechos con las instalaciones, seguido del 35,5% (133) se sienten satisfechos y finalmente el 10,4% (39) se sienten medianamente satisfecho.<br><br>A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas se sienten muy satisfechos con las instalaciones al pernoctar en los establecimientos de alojamiento del cantón.   |
| <b>2</b> Indique el nivel de satisfacción de atención el cliente recibido al pernoctar en los establecimientos de alojamiento del cantón. | Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 51,5% de las personas (193) se sienten muy satisfechos con la atención recibida en los alojamientos, seguido del 41,3% (155) se sienten satisfechos y finalmente el 7,2% (27) se sienten medianamente satisfecho.<br><br>A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la atención recibida en los establecimientos del cantón es muy buena por lo que se considera que recomiendan la visita a dichos alojamientos. |
| <b>3</b> Indique el grado de satisfacción de la seguridad turística en su estadía en los establecimientos del cantón.                     | Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 40% de las personas (140) se sienten satisfechas con la seguridad turística en los establecimientos, seguido del 41,3% (155) se sienten muy satisfechos, seguido del 19,7% (74) se sienten medianamente satisfechos y finalmente el 1,3% (5) se sienten poco satisfechos.<br><br>A partir de los resultados obtenidos, se puede concluir que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran que la seguridad es muy buena dentro de dichos establecimientos en el cantón        |
-

- 
- 4** Indique el grado de satisfacción de la alimentación recibida en la estadía en los establecimientos del cantón.
- Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 69,9% de las personas (262) se sienten muy satisfechos con la alimentación recibida en los establecimientos, seguido del 25,3% (95) se sienten satisfechos y finalmente el 4,8% (18) se sienten medianamente satisfechos. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que la mayoría de personas encuestadas se sienten muy satisfechos con la alimentación que los establecimientos del cantón ofrecen.
- 5** ¿Cuál es su nivel de motivación para volver al establecimiento en la que pernoctó?
- Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 46,9% de las personas (176) se sienten satisfechos con la motivación para volver a los establecimientos en la que pernoctó, seguido del 32,8% (123) se sienten medianamente satisfechos, seguido del 18,4% (69) se sienten muy satisfechos y finalmente el 1,9% (7) se sienten poco satisfechos. Con los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas obtuvo una buena motivación la cual permitirá que posteriormente vuelvan a visitar los establecimientos del cantón en los cuales pernoctaron.
- 6** El nivel de motivación para visitar los atractivos turísticos del cantón.
- Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 58,7% de las personas (220) se sienten satisfechos con respecto a la motivación para visitar los atractivos turísticos del cantón, seguido del 30,7% (115) se sienten medianamente satisfechos, seguido del 7,5% (28) se sienten muy satisfechos y finalmente el 3,2% (12) se sienten poco satisfechos. Se concluye que las personas encuestadas se sienten satisfechas con respecto a la motivación para visitar los atractivos turísticos del cantón, es decir que en un futuro vana regresar o a su vez recomendar a más personas para que visiten los lugares turísticos de este cantón.
- 

#### **FACILIDADES TURISTICAS**

---

- 7** Indique nivel de satisfacción al utilizar los elementos complementarios (algo adicional) de los
- Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 40,5% de las personas (152) se sienten medianamente satisfechos con los elementos complementarios de los establecimientos en el cantón, seguido del 39,7% (149) se sienten satisfechos, seguido del 15,5% (58) se sienten poco satisfechos y finalmente el 4,3% (16) se sienten muy satisfechos.
-

---

establecimientos turísticos del cantón.	A partir de los resultados obtenidos, se concluye que falta mejorar los elementos complementarios de los establecimientos del cantón para que los turistas puedan apreciar de una mejor manera a cada uno de los establecimientos.
<b>8</b> ¿Qué tan satisfecho se sintió al recibir un valor agregado en las actividades turísticas en el cantón?	<p>Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 39,7% de las personas (149) se sienten medianamente satisfechos con el valor agregado en las actividades turísticas en el cantón, seguido del 15,5% (58) se sienten poco satisfechos y finalmente el 5,1% (19) se sienten muy satisfechos.</p> <p>A partir de los resultados obtenidos, se concluye que los turistas no esperaban valores adicionales dentro de dichas actividades, ya que si se paga un valor este debería cubrir todos los gastos que el turista vaya a hacer.</p>
<b>9</b> ¿Cuál es su grado de satisfacción al recibir el apoyo de los empleados de los establecimientos turísticos del cantón?	<p>Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 61,1% de las personas (229) se sienten muy satisfechos al recibir el apoyo de los empleados en los establecimientos turísticos del cantón, seguido del 34,9% (131) se sienten satisfechos y finalmente el 4% (15) se sienten medianamente satisfechos.</p> <p>A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el personal que labora dentro de los establecimientos del cantón está capacitado para brindar una mejor atención a los turistas.</p>
<b>10</b> Indique el nivel de satisfacción al recibir ayuda turística de los ciudadanos del cantón.	<p>Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 59,5% de las personas (223) se sienten muy satisfechos al recibir ayuda turística de los ciudadanos del cantón, seguido del 37,3% (140) se sienten satisfechos, y finalmente el 3,2% (12) se sienten medianamente satisfechos.</p> <p>Se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas se sienten muy satisfechos ya que los ciudadanos no han dudado en ayudar a los turistas a guiarse dentro del cantón.</p>
<b>11</b> Con respecto a la experiencia turística cultural. ¿Qué nivel de satisfacción tuvo en el cantón?	Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 66,1% de las personas (248) se sienten satisfechos con la experiencia turística cultural, seguido del 24,8% (93) se sienten muy satisfechos, seguido del 6,7% (25) se

---

---

sienten medianamente satisfechos y finalmente el 2,4% (9) se sienten poco satisfechos.

A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas se sienten satisfechos con la experiencia turística cultural que tiene el cantón Colta.

- 12** Su nivel de satisfacción de la experiencia turística en los atractivos turísticos naturales en el cantón. Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 55,2% de las personas (207) se sienten satisfechos con la experiencia turística en los atractivos turísticos naturales en el cantón, seguido del 22,9% (86) se sienten muy satisfechos, seguido del 14,7% (55) se sienten poco satisfechos y finalmente el 7,2% (27) se sienten medianamente satisfechos. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas se sienten satisfechos de haber visitado los atractivos turísticos naturales del cantón por lo cual creen que es una experiencia muy gratificante.

---

## SERVICIOS

---

- 13** ¿Cuál es su grado de satisfacción al recibir la oferta del establecimiento del cantón? Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 44,5% de las personas (167) se sienten medianamente satisfechos al recibir la oferta del establecimiento del cantón, seguido del 35,5% (133) se sienten satisfechos, seguido del 18,4% (69) se sienten poco satisfechos y finalmente el 1,6% (6) se sienten muy satisfechos. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas se sienten medianamente satisfechos al recibir la oferta del establecimiento del cantón.
- 14** ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la propuesta del establecimiento? Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 49,3% de las personas (185) se sienten medianamente satisfechos con la propuesta del establecimiento, seguido del 24,5% (92) se sienten muy satisfechos, seguido del 20,5% (75) se sienten satisfechos y finalmente el 6,1% (23) se sienten poco satisfechos. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas se sienten medianamente satisfechos con la propuesta del establecimiento, por lo cual sería muy recomendable que los establecimientos consideren mejor en las propuestas que se realiza a los turistas que visitan en cantón Colta.
-

- 
- 15** Indique el grado de satisfacción de las actividades turísticas ofertadas en el cantón. Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 44,3% de las personas (166) se sienten satisfechos con las actividades turísticas ofertadas en el cantón, seguido del 38,9% (146) se sienten muy satisfechos, seguido del 11,2% (42) se sienten poco satisfechos y finalmente el 5,6% (21) se sienten medianamente satisfechos.  
A partir de los resultados obtenidos, se concluye que los turistas en su mayor parte se sienten satisfechos con las actividades turísticas que han sido ofertadas en el cantón.
- 16** ¿Qué nivel de satisfacción tuvo al realizar las diferentes actividades turísticas en el cantón? Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 46,7% de las personas (175) se sienten muy satisfechos al realizar las diferentes actividades turísticas en el cantón, seguido del 38,1% (143) se sienten satisfechos, y finalmente el 15,2% (57) se sienten medianamente satisfechos.  
Se puede concluir que los turistas se sienten muy satisfechos por haber realizado diferentes actividades turísticas dentro del cantón.
- 17** ¿Qué tan satisfecho se sintió al conocer el patrimonio intangible del cantón Colta? Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 38,7% de las personas (145) se sienten satisfechos al conocer el patrimonio intangible del cantón Colta, seguido del 36,3% (136) se sienten medianamente satisfechos, seguido del 12,8% (48) se sienten muy satisfechos, seguido del 11,2% se sienten poco satisfechos y finalmente el 1,1% (4) se sienten insatisfechos.  
A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas se sienten satisfechos al conocer el patrimonio intangible del cantón Colta ya que de esta manera conocieron las costumbres y tradiciones que tiene dicho cantón.
-



- 
- 18.** Se encuentra satisfecho con la oferta del patrimonio intangible (música, costumbres) del cantón. Mediante las encuestas aplicadas a los turistas en el cantón Colta, se puede observar que el 34,9% de las personas (131) se sienten satisfechos con la oferta del patrimonio intangible (música, costumbres) del cantón, seguido del 26,9% (136) se sienten medianamente satisfechos, seguido del 23,5% (88) se sienten poco satisfechos, seguido del 13,6% se sienten muy satisfechos y finalmente el 1,1% (4) se sienten insatisfechos. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas se sienten satisfechos con la oferta del patrimonio intangible (música, costumbres) del cantón.

---

*Nota:* Datos de la Información específica

#### 4.1.2. Análisis, interpretación y discusión de la variable dependiente (Actividad Turística)

**Tabla 6**

*Análisis, interpretación y discusión de la variable dependiente (Actividad Turística)*

N°	Ítems	Interpretación
<b>Información general</b>		
1	<b>Sexo</b>	<p>A través de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se pudo determinar que el 72,7% corresponde al sexo femenino, es decir, un número total de 8 personas, mientras que el 27,3% corresponde al sexo masculino, dando un número total de 3 personas encuestadas.</p> <p>A partir de los resultados, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestados son de sexo femenino.</p>
2	<b>Edad</b>	<p>A través de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se pudo determinar que el 63,6 % tienen una edad de 31-40 años, mientras que el 18,2% tienen una edad de 51-60 años y el 18,2% tienen una edad de 18-30 años.</p> <p>A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas están en la de edad de 31 a 40 años.</p>
3	<b>Nivel de instrucción</b>	<p>Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 45,5% de las personas tienen un nivel de estudio universitario, seguido del 36,4% que han alcanzado un nivel de estudio superior no universitario y finalmente el 18,2% con el nivel de estudio en bachillerato.</p> <p>A partir de los resultados obtenidos, se concluye la mayor parte de personas que prestan sus servicios turísticos en el cantón Colta tienen una instrucción de tercer nivel.</p>
<b>INFORMACION ESPECIFICA</b>		
<b>PRODUCTO TURISTICO</b>		
1	Incentivar a los turistas a que cuiden los bienes y servicios del establecimiento turístico.	<p>Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 54,5% de las personas (6) consideran muy importante el incentivar a los turistas a que cuiden los bienes y servicios de los establecimientos, mientras que el 45,5% (5) consideran importante.</p>

---

		A partir de los resultados obtenidos, se concluye que los prestadores de servicios incentivan a los turistas para que cuiden los bienes y servicios que el establecimiento turístico está brindando, para una mejor estadía en él.
<b>2</b>	Considera importante mantener en buen estado los bienes y servicios del establecimiento.	Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 72,7% de las personas (8) consideran importante mantener en buen estado los bienes y servicios del establecimiento, mientras que el 27,3% (3) consideran muy importante.  A partir de los resultados obtenidos, se concluye que los prestadores de servicio consideran adecuado tener los establecimientos en buen estado para así brindar una mejor atención a los turistas y sobre todo brindar un buen alojamiento a los mismos.
<b>3</b>	Para la administración del establecimiento, el cumplimiento de las necesidades del turista es.	Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 81,8% de las personas (9) consideran importante el cumplimiento de las necesidades del turista, mientras que el 18,2% (2) consideran muy importante.  A partir de los resultados obtenidos, se concluye que los administradores de estos establecimientos turísticos consideran importante en salvaguardar las necesidades de los turistas que visitan el cantón Colta.
<b>4</b>	Considera importante que la oferta de servicios del establecimiento debe ser acorde a las necesidades del turista.	Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 54,5% de las personas (6) consideran muy importante que la oferta de servicios del establecimiento debe sea acorde a las necesidades del turista, mientras que el 45,5% (5) consideran importante.  A partir de los resultados obtenidos, se concluye que las necesidades del turista son primordiales, es por ellos que los servicios que brinda el establecimiento deben coincidir con las necesidades que cada turista tiene.
<b>5</b>	Considera importante mejorar la calidad de las instalaciones del establecimiento para	Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 54,5% de las personas (6) consideran muy importante mejorar la calidad de las instalaciones del establecimiento para elevar la

---

---

elevar la experiencia turística, mientras que el 45,5% (5) consideran importante.

A partir de los resultados obtenidos, se concluye que los prestadores de servicio deben mantener las instalaciones del establecimiento en óptimas condiciones para así mejorar la experiencia de cada turista.

**6** Considera importante mejorar el profesionalismo del personal del establecimiento para elevar la experiencia turística. Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 81,8% de las personas (9) consideran muy importante mejorar el profesionalismo del personal del establecimiento para elevar la experiencia turística, mientras que el 18,2% (2) consideran importante.

A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran muy importante mejorar el profesionalismo del personal para brindar una mejor atención en el establecimiento y de esta manera elevar la experiencia turística

---

#### **DEMANDA**

**7** Considera importante brindar los servicios de calidad a los turistas en su establecimiento. Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 72,7% de las personas (8) consideran muy importante brindar los servicios de calidad a los turistas en su establecimiento, mientras que el 27,7% (3) consideran importante.

A partir de los resultados obtenidos, se concluye que los prestadores de servicios turísticos concuerdan que es necesario brindar servicios de calidad para los turistas.

**8** Considera importante generar productos turísticos que sean acordes a la demanda de los turistas. Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 54,5% de las personas (6) consideran importante generar productos turísticos que sean acordes a la demanda de los turistas, mientras que el 45,5% (5) consideran muy importante.

A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran importante generar productos turísticos que sean acordes a la demanda de los turistas.

---

- 
- 9** ¿Qué tan importante considera la motivación en el turista al escoger su establecimiento?
- Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 81,8% de las personas (9) consideran importante la motivación en el turista al escoger su establecimiento, mientras que el 18,2% (2) consideran muy importante.
- A partir de los resultados obtenidos, se concluye que los prestadores de servicio están de acuerdo que la motivación es de suma importancia para que el turista escoja un establecimiento para poder realizar su actividad turística.
- 10** ¿Qué grado de importancia le otorga a la motivación como factor determinante en su elección de destinos turísticos en el cantón Colta?
- Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 72,7% de las personas (9) consideran importante la motivación como factor determinante en su elección de destinos turísticos en el cantón Colta, mientras que el 27,3% (3) consideran muy importante.
- A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran importante la motivación como factor determinante en su elección de destinos turísticos en el cantón Colta.
- 11** ¿Qué tan importante es para el personal de su establecimiento brindar una satisfacción al cliente?
- Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 63,6% de las personas (7) consideran muy importante que el personal de su establecimiento brindar una satisfacción al cliente, mientras que el 36,4% (4) consideran importante.
- A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el mayor porcentaje de las personas encuestadas consideran muy importante que el personal de su establecimiento este capacitado para poder brindar una satisfacción al cliente.
- 12** Considera importante que unos de los objetivos del establecimiento sea la satisfacción del cliente.
- Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 54,5% de las personas (6) consideran importante que unos de los objetivos del establecimiento sea la satisfacción del cliente, mientras que el 45,5% (5) consideran muy importante.
- A partir de los resultados obtenidos, se concluye que el objetivo primordial en los establecimientos sea la satisfacción del cliente.
- 

## **COMUNIDAD LOCAL**

---

---

<b>13</b>	<p>Considera importante que el personal del establecimiento pertenezca a la comunidad del cantón.</p>	<p>Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 63,6% de las personas (7) consideran importante que el personal del establecimiento pertenezca a la comunidad del cantón, mientras que el 36,4% (4) consideran muy importante.</p> <p>A partir de los resultados obtenidos, se concluye que es importante que el personal del establecimiento pertenezca a la comunidad del cantón ya que ellos van a conocer y posteriormente recomendar lugares turísticos.</p>
<b>14</b>	<p>Considera importante poseer personal capacitado y con valores en su establecimiento.</p>	<p>Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 54,5% de las personas (6) consideran muy importante el poseer personal capacitado y con valores en su establecimiento., mientras que el 27,3% (3) consideran importante y finalmente el 18,2% (2) consideran neutral.</p> <p>A partir de los resultados obtenidos, se concluye que los prestadores de servicios prefieren tener en su establecimiento personal capacitado y con valores éticos y morales.</p>
<b>15</b>	<p>Considera importante involucrar a la comunidad a las actividades turísticas del cantón.</p>	<p>Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 63,6% de las personas (7) consideran importante el involucrar a la comunidad en las actividades turísticas del cantón, mientras que el 36,4% (4) consideran muy importante.</p> <p>Se concluye que se debería considerar muy importante el involucrar a la comunidad a las actividades turísticas del cantón.</p>
<b>16</b>	<p>Considera importante realizar actividades de capacitación de cultura turística.</p>	<p>Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 54,5% de las personas (6) consideran muy importante el realizar actividades de capacitación de cultura turística, mientras que el 45,5% (5) consideran importante.</p> <p>A partir de los resultados obtenidos, se concluye que es de suma importancia el realizar actividades de capacitación de cultura turística para tener un beneficio notable en el turismo.</p>
<b>17</b>	<p>Considera importante la mejora continua en la</p>	<p>Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 54,5% de las personas (6) consideran muy importante la mejora continua</p>

---

---

organización de su establecimiento. en la organización de su establecimiento, mientras que el 45,5% (5) consideran importante.

La mayoría de prestadores de servicio consideran muy importante la mejora continua y sobre todo la organización del establecimiento lo cual haría más confortante la estadía del turista en dicho establecimiento.

- 18** Considera importante involucrar a la comunidad local como parte de organización del sector turístico del cantón. Mediante las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta, se puede observar que el 63,6% de las personas (7) consideran importante involucrar a la comunidad local como parte de organización del sector turístico del cantón, mientras que el 36,4% (4) consideran muy importante.

A partir de los resultados obtenidos, se concluye que se considera sumamente importante involucrar a la comunidad local como parte de organización del sector turístico del cantón, ya que ellos tienen mayores conocimientos en las costumbres y tradiciones del cantón, produciendo así mayor atracción de turistas.

---

*Nota:* Datos del análisis, interpretación y discusión de la variable dependiente.

## 4.2.Hipótesis

### 4.2.1. Hipótesis general

#### 1. Planteamiento de la hipótesis general

$H_1$ : Existe influencia de la demanda turística en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

$H_0$ : No existe influencia de la demanda turística en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

#### 2. Nivel de Significancia

$\alpha = 0,05$

#### 3. Estadístico de prueba

Se aplicó la prueba estadística de Spearman (rs) en el software de SPSS Statistics v. 27

**Tabla 7**

*Hipótesis general*

			<b>Demanda Turística</b>	<b>Actividad Turística</b>
Rho de Spearman	Demanda Turística	Coeficiente de correlación	1,000	,289
		Sig. (bilateral)	.	,389
		N	11	11
	Actividad Turística	Coeficiente de correlación	,289	1,000
		Sig. (bilateral)	,389	.
		N	11	11

*Nota:* Datos de la hipótesis general

En conclusión, se obtuvo como resultado un valor de  $0,389 > \alpha = 0,05$ , es decir que se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se rechaza la hipótesis alternativa ( $H_1$ ).

Por lo tanto, se puede decir que no existe influencia de la demanda turística en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.



## 4.2.2. Hipótesis específicas 1

### 1. Planteamiento de la hipótesis específica 1

$H_1$ : Existe influencia de los turistas en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

$H_0$ : No existe influencia de los turistas en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

### 2. Nivel de Significancia

$\alpha = 0,05$

### 3. Estadístico de prueba

Se aplicó la prueba estadística de Spearman (rs) en el software de SPSS Statistics v. 27

**Tabla 8**

*Planteamiento de la hipótesis específica 1*

			<b>Turistas</b>	<b>Actividad Turística</b>
Rho de Spearman	Turistas	Coeficiente de correlación	1,000	,031
		Sig. (bilateral)	.	,464
		N	11	11
	Actividad Turística	Coeficiente de correlación	,031	1,000
		Sig. (bilateral)	,464	.
		N	11	11

*Nota:* datos del planteamiento de la hipótesis

En conclusión, se obtuvo como resultado un valor de  $0,464 > \alpha = 0,05$ , es decir que se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se rechaza la hipótesis alternativa ( $H_1$ ).

Por lo tanto, se puede decir que no existe relación influencia de los turistas en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

### 4.2.3. Hipótesis Específica 2

#### 1. Planteamiento de Hipótesis específica 2

$H_1$ : Existe influencia de las facilidades turísticas en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

$H_0$ : No existe influencia de las facilidades turísticas en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

#### 2. Nivel de Significancia

$\alpha = 0,05$

#### 3. Estadístico de prueba

Se aplicó la prueba estadística de Spearman (rs) en el software de SPSS Statistics v. 27.

**Tabla 9**

*Hipótesis Específica 2*

			<b>Facilidades turísticas</b>	<b>Actividad Turística</b>
Rho	deFacilidades	Coefficiente de correlación	1,000	,184
Spearman	turísticas	Sig. (bilateral)	.	,294
		N	11	11
	Actividad	Coefficiente de correlación	,184	1,000
	Turística	Sig. (bilateral)	,294	.
		N	11	11

*Nota:* Datos de hipótesis específica

En conclusión, se obtuvo como resultado un valor de  $0,294 > \alpha = 0,05$ , es decir que se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se rechaza la hipótesis alternativa ( $H_1$ ).

Por lo tanto, se puede decir que no existe influencia de las facilidades turísticas en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

#### 4.2.4. Hipótesis Específica 3

##### 1. Planteamiento de Hipótesis específica 3

$H_1$ : Existe la influencia de los servicios en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

$H_0$ : No existe la influencia de los servicios en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

##### 2. Nivel de Significancia

$\alpha = 0,05$

##### 3. Estadístico de prueba

Se aplicó la prueba estadística de Spearman (rs) en el software de SPSS Statistics v. 27

**Tabla 10**

*Planteamiento de Hipótesis específica 3*

			Servicios	Actividad Turística
Rho de Spearman	Servicios	Coefficiente de correlación	1,000	-,043
		Sig. (bilateral)	.	,450
		N	11	11
	Actividad Turística	Coefficiente de correlación	-,043	1,000
		Sig. (bilateral)	,450	.
		N	11	11

*Nota:* Datos del Planteamiento de la hipótesis

En conclusión, se obtuvo como resultado un valor de  $0,450 > \alpha = 0,05$ , es decir que se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se rechaza la hipótesis alternativa ( $H_1$ ).

Por lo tanto, se puede decir que no existe influencia de los servicios en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. Conclusiones

- Una vez ya analizados los datos se determinó que la demanda turística no influye en la actividad turística en el cantón Colta, provincia Chimborazo, ya que dentro del análisis estadístico con correlación Spearman se obtuvo un porcentaje de 0,389, que es mayor a 0,05, lo cual este resultado nos da a conocer que los turistas que llegan al cantón no realizan ningún tipo de actividad turística, pero si hacen uso de establecimientos como alojamiento, alimentos y bebidas y recreación para niños.
- De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede apreciar que los turistas no tienen una influencia en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo, ya que dentro del análisis estadístico con Spearman se obtuvo un valor de 0,464 que es mayor a 0,05, conociendo así que no existe influencia de los turistas en la actividad turística, tomando en cuenta que los turistas son indispensables para la ejecución del turismo dentro del cantón, provincia y el país.
- Por otro lado, se ha determinado que las facilidades turísticas no influyen en la actividad turística del cantón Colta, provincia de Chimborazo, ya que, en el análisis estadístico ejecutado con Spearman, se obtuvo un valor de 0,294 que es mayor a 0,05, dando a conocer, esto se da principalmente por que los turistas que llegan al cantón no han obtenido información anteriormente sobre que actividades realizar y de igual manera de las facilidades para poder acceder al destino y establecimiento turístico en el cantón.
- Por último, según los resultados obtenidos los servicios no influyen en la actividad turística, ya que, dentro del análisis estadístico ejecutado con Spearman, se obtuvo un valor de 0,450 que es mayor a 0,05 es decir, que no tienen relación por que los encargados de los establecimientos ofrecen sus servicios para beneficio propio.

## 5.2.Recomendaciones

- Para futuras investigaciones, se podría utilizar metodologías similares a las empleadas en este estudio. Específicamente, se podrían incorporar métodos como la revisión documental, estudios de campo, análisis correlacionales y descriptivos. Estas técnicas han demostrado ser efectivas para recopilar datos precisos y relevantes que permiten responder adecuadamente a las preguntas planteadas en la investigación.
- Por otro lado, se sugiere a las autoridades encargadas del área de turismo del GAD municipal de Colta, ayudar a los prestadores de servicios turísticos a que oferten sus actividades turísticas, apoyándoles en la difusión, a través de los diferentes medios de comunicación, puesto que es una excelente manera de llegar a una gran demanda de turistas, ya que esto favorece al cantón y a los habitantes a tener una nueva fuente de ingreso económico.
- Se aconseja al personal de los prestadores de servicios turísticos a invertir en capacitaciones sobre los valores éticos, la guianza y gastronomía típica con la finalidad de que el turista se sienta como en casa al estar en los lugares turísticos, de igual manera mejora la calidad del servicio del turismo en el cantón Colta.
- La presente investigación será una fuente de investigación la cual se puede utilizar para futuras investigaciones diseñando productos de calidad, rutas, paquetes turísticos proyectos relacionados con ello, con el objetivo de promocionar y difundir las riquezas que posee el cantón Colta.

## **CAPÍTULO VI. PROPUESTA**

### **6.1.Propuesta**

Actividades turísticas para el fortalecimiento de la demanda en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.

### **6.2.Introducción**

El cantón Colta, se encuentra ubicado en la parte noroccidental de la provincia de Chimborazo. Asentada en lo que fue la antigua ciudad de Riobamba, a los pies del histórico cerro Cullca y al norte de lo que fue la arcaica Liribamba.

El cantón Colta ofrece a sus visitantes un destino con una experiencia auténtica y enriquecedora que atrae a viajeros que desean escapar de las masificadas zonas turísticas y descubrir la verdadera esencia de un lugar. Al mismo tiempo, también consideramos la relación entre la demanda y los atractivos turísticos.

Los establecimientos de consumo de la región incluyen actividades al aire libre con impresionantes vistas del paisaje natural, actividades deportivas, fiestas tradicionales, fiestas locales y gastronomía única de la región. Como punto de partida, el objetivo es identificar un mercado turístico que visibilice el patrimonio cultural y gastronómico del cantón, de tal manera que contribuya al sector económico local, ya que el cantón aún no cuenta con un producto turístico. La estrategia final de esta propuesta es dar a conocer a los turistas que el cantón Colta tiene varias ofertas de atractivos turísticos, ya que la demanda turística es muy escasa, mediante lo cual se lograría mejorar la economía de las personas mantienen los establecimientos que brindan sus servicios en la localidad.

### **6.3.Objetivos**

#### **6.3.1. Objetivo General**

Diseñar y promover un conjunto integral de actividades turísticas innovadoras y sostenibles en el cantón Colta, provincia de Chimborazo, que resalten su riqueza cultural, histórica y natural, fomentando la participación comunitaria, la conservación del patrimonio y el incentivo de la economía local mediante la atracción de un mercado turístico diverso.

#### **6.3.2. Objetivos Específicos**

- Identificar las actividades turísticas del cantón Colta.
- Determinar atractivos turísticos emblemáticos del cantón Colta

- Seleccionar las nuevas actividades para el fortalecimiento de la demanda en el cantón Colta

#### 6.4. Justificación

La laguna de Colta se encuentra ubicada cerca de la vía panamericana con desvío a Guayaquil, cuyas orillas pasa el ferrocarril, con una extensión de 2800 metros de largo por 1000 de ancho, se halla ubicado a 20 km de la ciudad de Riobamba y a tres kilómetros de la cabecera cantonal Villa la Unión mejor conocida como Cajabamba, dando el nombre al cantón donde se encuentra situada.

Su fácil acceso, historia y el entorno natural la convierten en un destino con gran potencial para la creación de un producto turístico que combine cultura, naturaleza y actividades innovadoras. Este cantón no solo ofrece paisajes naturales de gran belleza, sino que también conserva un legado cultural invaluable, preservando sus costumbres ancestrales y una rica gastronomía que ha perdurado a lo largo del tiempo. La mayor amenaza radica en la falta de inversión y una inadecuada planificación, factores que podrían limitar el crecimiento del destino y la satisfacción de los turistas a largo plazo.

Para afrontar esta problemática es necesario proponer diferentes actividades turísticas para el fortalecimiento de la demanda en la laguna de Colta, como por ejemplo los botes de totoras y entre otros, contribuyendo al fortalecimiento económico de las comunidades locales. Como señalan (Arellano & Arroyo, 2019) integrar la identidad gastronómica como parte del turismo cultural no solo atrae a visitantes interesados en experiencias auténticas, sino que también aviva la economía local al agrandar la demanda de productos y servicios proporcionados por los productores de la zona.

#### 6.5. Desarrollo de la propuesta

##### 6.5.1. Identificar las actividades turísticas del cantón Colta.

Estas actividades se clasifican de la siguiente manera:

**Tabla 11**

*Actividades turísticas del cantón Colta*

<b>Categoría</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
<b>Culturales</b>	Visita a la Iglesia de Balbanera	Recorrido por la iglesia más antigua de Ecuador, construida en 1534.
	Participación en fiestas tradicionales	Celebraciones como el Inti Raymi, fiestas religiosas y eventos comunitarios.

	Mercado indígena de Colta	Compra de artesanías, textiles y productos locales.
	Ceremonias ancestrales en Cunugpugyo	Participación en rituales espirituales y limpiezas energéticas.
<b>Históricas</b>	Recorrido por sitios arqueológicos	Visita a lugares como Cunugpugyo y otros sitios relacionados con la cultura Puruhá.
	Museo de la Cultura Puruhá	Exploración de artefactos arqueológicos y etnográficos de los pueblos originarios.
<b>Naturales</b>	Caminatas en la Laguna de Colta	Paseo alrededor de la laguna, observación de aves y paisajes.
	Senderismo en los paisajes andinos	Rutas de trekking por las colinas y montañas del cantón.
	Observación de flora y fauna	Exploración de la biodiversidad típica de la región andina.
<b>Gastronómicas</b>	Degustación de cuy asado y platos típicos	Experiencia culinaria con los sabores tradicionales de la región.
	Visita a fincas locales	Conocer el proceso de producción agrícola y degustar productos frescos.
<b>Religiosas</b>	Peregrinaciones	Participación en eventos religiosos vinculados a la fe católica y a tradiciones indígenas.
	Celebraciones de la Virgen de las Mercedes	Fiesta religiosa en honor a la patrona del cantón.
<b>Educativas y Comunitarias</b>	Talleres sobre la cultura Puruhá	Actividades para aprender sobre las costumbres, idioma y tradiciones indígenas.
	Interacción con comunidades locales	Conocer la vida cotidiana y el trabajo de las comunidades indígenas.
<b>Recreativas</b>	Paseos en bote en la Laguna de Colta	Actividades recreativas en el agua con vistas a la naturaleza.
	Fotografía paisajística	Capturar imágenes de los impresionantes paisajes andinos.




**Elaborado por:** Tayupanda Jessica



## 6.5.2. Determinar atractivos turísticos emblemáticos del cantón Colta.

**Tabla 12**

*Atractivos turísticos emblemáticos de Colta.*

Atractivo	Descripción	Imagen
<b>Laguna de Colta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Esta hermosa laguna, es conocida en lengua puruhá como “Kulta Kucha”, que significa “<i>Laguna de Pato</i>”.</li> <li>La laguna de Colta es única, desde Loja hasta Quito no existe otra de tan fácil acceso, cruzada por la línea férrea y la Panamericana. (Ministerio de Turismo del Ecuador. , 2022)</li> <li>Laguna de Colta permite realizar actividades como: caminatas, fotografía, observación de flora y fauna, observación del paisaje y aventura.</li> </ul>	<p><b>Ilustración 1</b> <i>Laguna de Colta</i></p>  <p><i>Nota: Laguna de Colta</i></p>
<b>Iglesia de Balbanera</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Es uno de los principales atractivos de Colta.</li> <li>Primera iglesia construida en suelo ecuatoriano, por lo que su belleza es histórica.</li> <li>Construida casi a las riberas de la laguna de Colta, tiene una plaza que sirve para las concentraciones indígenas, como fondo a la población de Villa Unión y al majestuoso Chimborazo. (Arellano &amp; Arroyo, 2019)</li> </ul>	<p><b>Ilustración 2</b> <i>Iglesia de Balbanera</i></p>  <p><i>Nota: Iglesia de Balbanera.</i></p>
<b>Ruinas del Antigua Riobamba</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Son un conjunto de ruinas históricas que formaron parte de la antigua ciudad de Riobamba</li> <li>En 1797 un sismo de gran intensidad destruyó casi por completo a la ciudad obligando a sus moradores a cambiar de lugar</li> <li>Actualmente, son un espacio de interés histórico y arqueológico que se puede visitar dentro del cantón Colta</li> </ul>	<p><b>Ilustración 3</b> <i>Ruinas del Antigua Riobamba</i></p>  <p><i>Nota: Ruinas del Antigua Riobamba</i></p>

---

(Ministerio de Cultura y Patrimonio., 2022).

---

**Museo  
Histórico  
Pedro Vicente  
Maldonado**

- Localizado en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.
- Conjunto arquitectónico de Villa La Unión, fue restaurado en homenaje al ilustre sabio Pedro Vicente Maldonado Sotomayor.
- Es un atractivo ideal para aquellos interesados en el turismo cultural y educativo (INEC, 2023)

**Ilustración 4**

*Museo Histórico P.V. Maldonado*



*Nota:* Museo Historico P.V.Maldonado

---

**Catacumbas  
de la  
Archibasílica  
de la virgen de  
las Nieves**

- Las catacumbas se encuentran bajo la Archibasílica fueron utilizadas para enterrar cuerpos de sacerdotes, terratenientes y personas a las que se les considera santas, pero lo más atemorizante es que a los clérigos no se les enterraba en un ataúd sino en mortajas, es decir tapados en una tela cubriéndolos de pies a cabeza, casi como unas momias, sin embargo, esto lo realizaban en signo de humildad (Tene, 2022).

**Ilustración 5**

*Catacumbas de la Archibasílica de la virgen de las Nieves*



*Nota:* Catacumbas de la Archibasílica de la virgen de las Nieves

---

**Turismo  
Comunitario  
“La  
Esperanza”**

- La Esperanza es una comunidad indígena ubicada en el corazón de la región sierra, a más de 3000 metros de altura sobre el nivel del mar.
- Son alrededor de 60 familias, un total de 350 personas. Viven principalmente a base de la ganadería y agricultura, trabajando en los páramos de la región, la relación que mantienen con sus orígenes es asombrosa. (Reinoso, 2019)

**Ilustración 6**

*Turismo Comunitario “La Esperanza”*



*Nota:* Turismo Comunitario “La Esperanza”

---

---

**Complejo  
Turístico  
Cunugpogyo**

- El complejo turístico Cunugpogyo se encuentra en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.
- Este destino destaca por sus riquezas culturales, históricas y naturales y es importante por su arqueología y la conservación de tradiciones.
- Su nombre proviene de palabras quechuas que significan "manantial cálido".

**Ilustración 7**  
Complejo Turístico Cunugpogyo



*Nota:* Complejo Turístico Cunugpogyo

---

**Orquideario  
Sisa**

- Se encuentra ubicado al interior de la Laguna de Colta a 800 m de la entrada principal, frente a la comunidad de Majipamba,
- El orquideario cuenta con una temperatura promedio de 25 grados centígrados y 70% de humedad adecuada para el hábitat de más de 42 especies de orquídeas entre híbridas y silvestres, además cuenta con un canal de agua donde habitan algunas especies de peces. (Ortiz, 2024)

**Ilustración 8**  
Orquideario Sisa



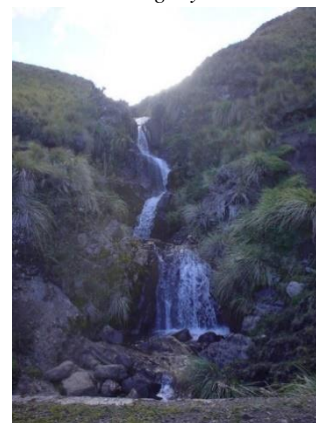
*Nota:* Orquideario Sisa

---

**Cascada  
Cunuguayco**

- Se encuentra a 33 Km. vía a Cañi en el límite con la Prov. Bolívar, sus aguas cristalinas nacen de las ciénegas en los altos páramos, formando una caída muy impresionante. (Colta, 2018)

**Ilustración 9**  
Cascada Cunuguayco



*Nota:* Cascada Cunuguayco

---

**Feria indígena artesanal:** • Los productos que se expenden son los siguientes: anacos, bayetas, blusas típicas, chalinas, pantalones, bufandas, shigras, sombreros, joyas, ponchos, faldas; está dirigido a satisfacer la demanda de la población local especialmente la del sector rural, es importante recalcar que la artesanía, era considerada la ocupación de mayor importancia, lastimosamente la gente ha dejado de seguir con esta actividad convirtiéndose en agricultores. (Ortiz, 2024)

**Ilustración 10**

*Feria indígena artesanal*



*Nota: Feria indígena artesanal*

---

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica

### **6.5.3. Seleccionar las nuevas actividades para el fortalecimiento de la demanda en el cantón Colta**

#### **6.5.3.1. Botes de Totora**

La totora, es una planta acuática emblemática de muchas culturas andinas, es el material central de estos botes, ofreciendo a los turistas una conexión directa con las tradiciones ancestrales. Las actividades en los botes de totora brindarían una experiencia única que adopta aventura, diversión, cultura y naturaleza. Durante el transcurso del recorrido, las personas encargadas (guías) relatarían la historia del uso de la totora en las comunidades indígenas locales, detallando cómo se ha empleado durante siglos para construir viviendas, embarcaciones y otros artículos esenciales.

Además, se podría agregar un taller práctico para que los turistas aprendan a tejer pequeñas artesanías hechas de totora, como recuerdos de su experiencia. Los paseos se realizarían por zonas de la laguna seleccionadas por su biodiversidad, lo que permitiría a los visitantes disfrutar de la observación de aves y otras especies endémicas, haciendo del recorrido una actividad tanto educativa como divertida.

Los paseos en botes de totora no solo ofrecen una experiencia recreativa, sino que también permiten una conexión con las tradiciones ancestrales andinas. (Tapia, Quispe, & Vargas, 2021)

### **6.5.3.2. Botes para celebraciones familiares**

Los botes diseñados para eventos familiares ofrecerían un ambiente especial y placentero para pequeños grupos que desean celebrar momentos especiales en un entorno natural. Estas embarcaciones tendrían capacidad limitada para garantizar la privacidad e intimidad de los participantes, lo que lo convierten en ideales para poder festejar cumpleaños, aniversarios o reuniones familiares.

El recorrido incluiría opciones personalizadas, como música en vivo o pueden acceder a música previamente grabada o al internet, con una selección de canciones locales o tradicionales que complementen el ambiente festivo. Además, los turistas podrían degustar de los platos típicos tradicionales de la región, con la posibilidad de incorporar canastas para realizar un picnic o cenas a bordo. La decoración del bote también podría ser adaptada a las preferencias del grupo, con elementos culturales o temáticos. Para hacer el paseo más participativo y sobre todo divertido, se podrían incluir actividades como narración de cuentos o leyendas locales, o pequeñas representaciones teatrales que vinculen a los turistas con la historia y mitología de la laguna y su entorno. Esta actividad está orientada a ofrecer una experiencia relajada, personalizada y rica en cultura local (Gómez & Pérez, 2022).

### **6.5.3.3. Un Paseo Nocturno por el Malecón Iluminado**

La iluminación nocturna de la laguna de Colta transforma el paisaje natural en un escenario mágico, enfatizando su belleza mientras se promueve la cultura local a través de espectáculos de luces y sonidos armonizados con música tradicional. Esta experiencia no solo atrae a turistas nacionales e internacionales, sino que también fomenta el desarrollo de servicios locales, generando un impacto positivo en la economía y prolongando la estancia de los visitantes" (Mendoza & Torres, 2021).

La idea de una laguna de Colta iluminada tiene como objetivo transformar la experiencia nocturna de los turistas, atrayéndolos para que disfruten de la belleza del lugar después del anochecer. Luces estratégicamente colocadas a lo largo de la laguna y sus alrededores crearían un ambiente mágico, resaltando la serenidad del agua y los paisajes circundantes. Los turistas podrían realizar paseos guiados por el malecón y la laguna, mientras las guías cuentan historias y leyendas como por ejemplo de cómo se formó la laguna de Colta. La iluminación será suave y respetuosa con el medio ambiente, creando un equilibrio entre la belleza natural y el espectáculo visual.

Además, se podría organizar un espectáculo de luces y sonido, sincronizado con música tradicional de la zona, para añadir un componente artístico que resalte la cultura local. Este tipo de experiencia nocturna atraerá tanto a turistas nacionales como internacionales, extendiendo la duración de las visitas y aumentando la demanda de servicios locales, como hospedaje y gastronomía.

#### **6.5.3.4.Mercado Flotante o Café Temporal**

El concepto de un mercado flotante radica en pequeñas embarcaciones que actúan como puestos móviles de venta, donde los artesanos y vendedores locales pueden ofrecer productos tradicionales como artesanías, textiles. y alimentos típicos de la región. Los turistas navegarían por la laguna y, en ciertos puntos estratégicos, podrían acercarse a los vendedores para comprar recuerdos o probar la gastronomía local. Para complementar esta experiencia, se podría incluir un café temporal flotante, donde los visitantes puedan detenerse para disfrutar de una bebida o un refrigerio mientras están rodeados de la tranquilidad de la laguna.

Este mercado flotante no solo ofrecería a los turistas una experiencia de compra única, sino que también fomentaría la economía local y daría a conocer los productos y talentos de la comunidad. Además, esta actividad tiene un enfoque en la sostenibilidad, utilizando embarcaciones ecológicas y disminuyendo el impacto en el medio ambiente (Sánchez & Ramírez, 2020).

## BIBLIOGRAFÍA

- Arellano, & Arroyo. (2019). "Revalorization and visibilization of Andean gastronomy through cultural tourism, case study: The Pachamanca.". *Journal of Tourism and Heritage Research*, 1-23.
- ARIAS. (2012). *Tipos y diseño de la investigación*. Retrieved from emirarismendi-planificaciondeproyectos:  
[http://planificaciondeproyektosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion\\_21.html#:~:text=Arias%20\(2012\)\)%2C%20define%3A,informaci%C3%B3n%20pero%20no%20altera%20las](http://planificaciondeproyektosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html#:~:text=Arias%20(2012))%2C%20define%3A,informaci%C3%B3n%20pero%20no%20altera%20las)
- Cacha, A. (2013). *Colta: Encanto, tradición, belleza arqueológica para esarrollar las inteligencias múltiples*. Riobamba: Imprenta Gutemberg.
- Centro Europeo de Postgrado y Empresa. (2023). *Situación del turismo en latinoamérica*. Retrieved from <https://www.ceupe.com/blog/situacion-del-turismo-en-latinoamerica.html>
- Ciaza, R., & Molina, E. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en territorio ecuatoriano. *Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, 6-24.
- Colta, G. (2018, Febrero 08). *Turismo*. Retrieved from <https://gadcolta.gob.ec/gadcolta/index.php/turismo/parroquia-cani/cascada-cunuguayco>
- COLTA, G. (2021). *Turismo*. Retrieved from <https://gadcolta.gob.ec/gadcolta/index.php/turismo/patrimonio/historico>
- Creswell, J. W. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. . *Sage Publications*.
- García, C. (2021). El patrimonio edificado en Colta Ecuador. 201.
- García, M., & Ortiz, , L. (2023). Turismo y Desarrollo Comunitario: Impactos Sociales y Culturales. *Editorial Universitaria de América Latina*.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Colta . (2018, febrero 19). *COLTA Próspero y Sostenible*. Retrieved from <https://www.gadcolta.gob.ec/gadcolta/index.php/turismo/parroquia-juan-de-velasco/laguna-yasegrin/9-colta>
- Gómez, R., & Pérez, M. (2022). Innovación en turismo experiencial: diseño de actividades culturales en entornos lacustres. *Revista de Turismo y Cultura Local*, 33-47.
- Gonzalez, J. (2017). El Producton turistico .
- Hernández, Fernández, & Baptista,. (2022). *Metodología de la Investigación*. México: *McGraw-Hill*.
- Hernán-García, M. (2021). *Cómo adaptar una investigación cualitativa a contextos de confinamiento*. Granada, España.
- INEC. (2023). *Informe de atractivos turísticos en Chimborazo*. . Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- López, M., & Fernández, A. (2020). La experiencia del cliente como motor del turismo sostenible. *Journal of Tourism Management*, 15-29.

- Mejia, T. (2017). *Investigación Correlacional: Definición, Tipos y Ejemplos*. Retrieved from Lifereder: <https://www.lifereder.com/investigacion-correlacional/>
- Mendoza, L., & Torres, P. (2021). Turismo nocturno y sostenibilidad: estrategias para la valorización de paisajes naturales mediante iluminación artística. *Revista de Innovación en Turismo y Cultura*, 41-56.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2022). *Patrimonio histórico y cultural del Ecuador*. . Quito: MCP.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023). Informe Anual de Turismo: Crecimiento en la Región Sierra. Quito. *Ministerio de Turismo*.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. . (2022). *Guía de destinos turísticos: Cantón Colta*. . Quito: Ministerio de Turismo.
- Morales, J. (2020). Diseños de Investigación en Ciencias Sociales. *Editorial Universitaria*.
- Morales, J. (2022). Medición de la Demanda Turística en Destinos Emergentes. *Revista Internacional de Turismo y Desarrollo*, 67-82.
- Nicolau, J. (2020). *Producto Turístico*. España: Universidad de Alicante.
- Organización Mundial del Turismo. (2023). Cultural Tourism and Economic Development. *OMT*.
- Organización Mundial del Turismo. (2023). *Dashboard de datos turísticos de la OMT*. Retrieved from <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>
- Ortiz, R. (2024). *Saberes ancestrales y turismo de salud en el cantón Colta, provincia de Riobamba* : Repositorio UNACH.
- Panosso, A. &. (2012). *Demanda turística. Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas*. Mexico.
- Pérez, J., & Gómez, L. (2022). Impacto del Turismo en el Desarrollo Económico de Comunidades Rurales en Chimborazo. *Revista Andina de Turismo*, 120-134.
- Quispe, T., & Villalta, L. (2020). *ESPITEMOLOGIA E INVESTIGACION CUANTITATIVA*.
- Reinoso, K. (2019). *DISEÑO DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO*. Riobamba .
- Rodríguez, M. V. (2022). *DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA DE INTERPRETACIÓN CULTURAL PARA LA PROMOCIÓN Y EL DESARROLLO LOCAL DE LA ETNIA ABORIGEN WARAO EN EL ESTADO DELTA AMACURO, VENEZUELA*.
- Sampieri. (2021). Metodología de la investigación: Conceptos y procedimientos. *México: McGraw-Hill*.
- Sampieri, H. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico : McGrawHill/Interamericana Editores.
- Sánchez, F., & Ramírez, J. (2020). Mercados flotantes: innovación turística y promoción cultural en ecosistemas lacustres. *Revista de Desarrollo Turístico Sostenible*, 57-68.
- Smith, R., & Johnson, , M. (2023). Sustainable Tourism Practices and Community Impact. *Journal of Sustainable Tourism*, 145-162.

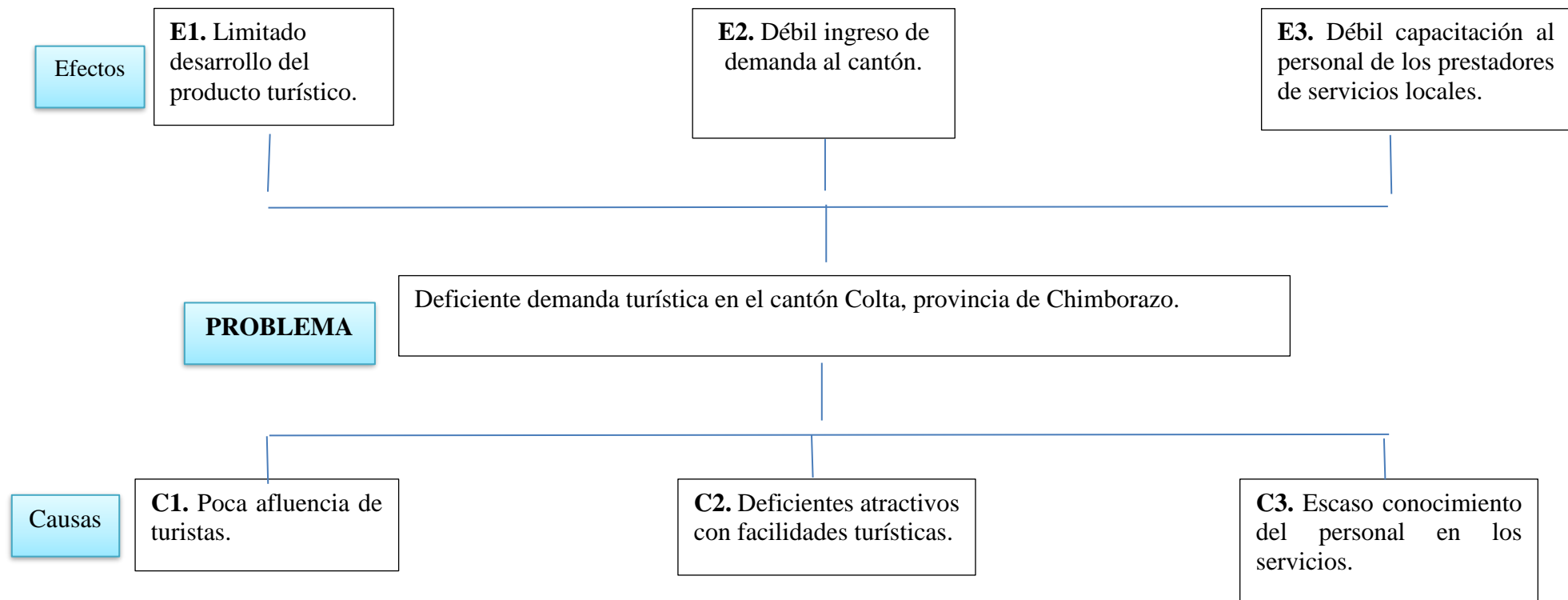


- Tapia, L., Quispe, J., & Vargas, M. (2021). El uso de la totora en la cultura andina: un recurso multifuncional para la sostenibilidad. *Revista Andina de Etnografía y Medio Ambiente*, 27-38.
- Tene, S. (2022). *Las catatumbas se encuentran bajo la Archibasílica fueron utilizadas para enterrar cuerpos*. Riobamba .
- Vargas, M., & Martínez, , R. (2023). Crecimiento del Turismo Cultural y de Naturaleza en la Región Sierra de Ecuador. *Revista de Estudios Andinos*, 89-105.

## ANEXOS

### ANEXO 1. *Árbol de Problemas*

TEMA: “Demanda turística y actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo”



Elaborador por: Tayupanda, J. (2023)



			Servicios	"Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo". (Miranda-Cruz & Chiriboga-Zamora, 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta</li> <li>• Actividades</li> <li>• Intangible</li> </ul>	
<b>Variable II VARIABLE DEPENDIENTE</b>	<b>Definición</b>	<b>Dimensión operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Definición</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Método, Técnica e Instrumento</b>
ACTIVIDADES TURISTICAS	La actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el	La actividad turística puede definirse como un conjunto de actividades dinamizadoras, ya que cada componente agregado del producto turístico (bienes, servicios, infraestructura,	Producto turístico	Cárdenas (2001) y Ramírez, C. (2006) definen El producto turístico como el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en combinaciones de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienes y servicios</li> <li>• Necesidades</li> <li>• Experiencia</li> </ul>	

---

goce y disfrute de un destino turístico\_ (Rodríguez, 2022)

atractivos naturales y expresiones culturales), representa a un sector económico, y porque se desarrolla en un espacio y contexto económico, social, cultural, ambiental que permiten crear esa oferta e involucrar a la comunidad. Nevárez Rojas (2006) explica que “La actividad turística debe incorporar a la comunidad, propiciando servicios que les sean rentables, que logren complacer al visitante percatado de un entorno que le brinda

Demanda

turistas. Dichos bienes y servicios pueden estar destinados al confort y disfrute material o espiritual de los visitantes.(Moreno & Coromoto, 2011b)

“Conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que los animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar”. (Socatelli, 2018)

- Turistas
- Motivaciones
- Satisfacción

Comunidad Local

“Grupo de personas que viven en un área geográficamente específica y cuyos

- Personas
  - **Actividades**
  - Organización
-

---

satisfacciones en  
medio de  
comodidades.”  
(Ronquillo, 2015)

miembros comparten  
actividades e intereses  
comunes, donde pueden  
o no cooperar formal e  
informalmente para la  
solución de los  
problemas  
colectivos”(Rigol, 2009)

---

**Elaborador por:** Tayupanda, J. (2023)

**ANEXO 3. Matriz de consistencia**

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>HIPOTESIS</b>	<b>VARIABLES/DIMENSIONES</b>
<p><b>General</b></p> <p>¿Cómo influye la demanda turística con la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo?</p>	<p><b>General</b></p> <p>Determinar la influencia de la demanda turística con la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.</p>	<p><b>General</b></p> <p>Existe la influencia de la demanda turística con la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.</p>	<p><b>Independiente</b></p> <p>Demanda Turística</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas</li> <li>• Facilidades turísticas</li> <li>• Servicios</li> </ul>
<p><b>Específicos</b></p> <p>¿Cómo influyen los turistas en la actividad turística del cantón Colta, provincia de Chimborazo?</p>	<p><b>Específicos</b></p> <p>Establecer como influyen los turistas en la actividad turística del cantón Colta, provincia de Chimborazo.</p>	<p><b>Específicos</b></p> <p>Existe la influencia de los turistas en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.</p>	<p><b>Dependiente</b></p> <p>Actividad Turística</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto turístico</li> <li>• Demanda</li> <li>• Comunidad local</li> </ul>
<p>¿Cómo influyen las facilidades turísticas en la actividad turística del cantón Colta, provincia de Chimborazo?</p>	<p>Establecer como influyen las facilidades turísticas en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.</p>	<p>Existe la influencia de las facilidades turísticas en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.</p>	
<p>¿Cómo influyen los servicios en la actividad turística del cantón Colta, provincia de Chimborazo?</p>	<p>Establecer como influyen los servicios en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.</p>	<p>Existe la influencia de los servicios en la actividad turística en el cantón Colta, provincia de Chimborazo.</p>	

**Elaborador por:** Tayupanda, J. (2023)

*ANEXO 4. Instrumentos de evaluación Variable independiente Demanda Turística*



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBROAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE TURISMO**

**ENCUESTA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE DEMANDA TURISTICA**

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS TURISTAS/VISITANTES QUE INGRESAN AL CANTÓN COLTA.

**Formulario N°:** ----- **Fecha de la encuesta:** /...../...../...../

**Encuestadora:** Jessica Maribel Tayupanda Galora

**OBJETIVO DE LA ENCUESTA**

Recopilar información sobre la demanda turística que ingresan al cantón Colta.

**INSTRUCCIONES**

- Lea detenidamente cada uno de los ítems del cuestionario
- Responda según su criterio, teniendo en cuenta la sucesiva valoración.
- Marque con un X su respuesta.

**CONFIDENCIALIDAD**

La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son de carácter confidenciales la encuestadora se compromete a mantener la reserva del caso.

**PARÁMETRO DE EVALUACIÓN**

<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>MUY SATISFECHO</b>	Satisfecho	Medianamente satisfecho	Poco satisfecho	Insatisfecho

**I. INFORMACION GENERAL**

a) **Sexo**

Masculino		Femenino	
-----------	--	----------	--

b) **Edad**

18-30		31-40		41-50		51-60		Más 61	
-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	--------	--

c) **Nivel de instrucción**

Primaria Básica		Bachillerato		Superior no Universitario		Universitario		postgrado	
-----------------	--	--------------	--	---------------------------	--	---------------	--	-----------	--



## II. INFORMACION ESPECIFICA

N°	ÍTEMS	PARÁMETRO				
		1	2	3	4	5
	<b>TURISTAS</b>					
1	Indique el grado de satisfacción de las instalaciones al pernoctar en los establecimientos de alojamiento de cantón Colta.					
2	Indique el nivel de satisfacción de atención al cliente recibida al pernoctar en los establecimientos de alojamiento del cantón,					
3	Indique el grado de satisfacción de la seguridad turística en su <b>estadía</b> en los establecimientos del cantón.					
4	Indique el grado de satisfacción de la alimentación recibida en la <b>estadía</b> en los establecimientos del cantón.					
5	¿Cuál es su nivel de <b>motivación</b> para volver al establecimiento en la que pernocto?					
6	El nivel de motivación para visitar los atractivos turísticos del cantón.					
	<b>FACILIDADES TURISTICAS</b>					
7	Indique nivel de satisfacción al utilizar los <b>elementos complementarios</b> (algo adicional) de los establecimientos turísticos del cantón.					
8	¿Qué tan satisfecho se sintió al recibir un <b>valor agregado</b> en las actividades turísticas en el cantón?					
9	¿Cuál es su grado de satisfacción al recibir el <b>apoyo</b> de los empleados de los establecimientos turísticos del cantón?					
10	Indique el nivel de satisfacción al recibir <b>ayuda</b> turística de los ciudadanos del cantón.					
11	Con respecto a la <b>experiencia</b> turística cultural. ¿Qué nivel de satisfacción tuvo en el cantón?					
12	Su nivel de satisfacción de la <b>experiencia</b> turística en los atractivos turísticos naturales en el cantón.					
	<b>SERVICIOS</b>					
13	¿Cuál es su grado de satisfacción al recibir la <b>oferta</b> del establecimiento del cantón?					
14	¿Cuál es su nivel de satisfacción con la <b>propuesta</b> del establecimiento?					
15	Indique el grado de satisfacción de las <b>actividades</b> turísticas ofertadas en el cantón.					
16	¿Qué nivel de satisfacción tuvo al realizar las diferentes actividades turísticas en el cantón?					
17	¿Qué tan satisfecho se sintió al conocer el <b>patrimonio intangible</b> del cantón Colta?					
18	Se encuentra satisfecho con la oferta del patrimonio <b>intangible (música, costumbres)</b> del cantón.					

**¡GRACIAS POR SU COLABORACION!**

## ANEXO 5. Instrumentos de evaluación Variable Dependiente Actividad Turística



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS

#### CARRERA DE TURISMO

#### ENCUESTA DE LA VARIABLE DEPENDIENTE ACTIVIDAD TURISTICA

ESTE CUESTIONARIO ES DIRIGIDO A LOS ENCARGADOS EN LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DEL CANTÓN COLTA.

Formulario N°: -----

Fecha de la encuesta: /...../...../...../

Encuestadora: Jessica Maribel Tayupanda Galora

#### OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recopilar información sobre la actividad turística del cantón Colta.

#### INSTRUCCIONES

- Lea detenidamente cada uno de los ítems del cuestionario
- Responda según su criterio, teniendo en cuenta la sucesiva valoración.
- Marque con un X su respuesta.

#### CONFIDENCIALIDAD

La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son de carácter confidenciales la encuestadora se compromete a mantener la reserva del caso.

#### PARÁMETRO DE EVALUACIÓN

5	4	3	2	1
Muy importante	Importante	Neutral	Poco importante	Nada importante

#### I. INFORMACION GENERAL

a) Sexo

Masculino		Femenino	
-----------	--	----------	--

b) Edad

18-30		31-40		41-50		51-60		Más 61	
-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	--------	--

c) Nivel de instrucción

Primaria Básica		Bachillerato		Superior no Universitario		Universitario		Postgrado	
--------------------	--	--------------	--	------------------------------	--	---------------	--	-----------	--

## II. INFORMACION ESPECIFICA

N°	ÍTEMS	PARÁMETRO				
		1	2	3	4	5
	<b>PRODUCTO TURISTICO</b>					
1	Incentivar a los turistas a que cuiden los <b>bienes y servicios</b> del establecimiento turístico.					
2	Considera importante mantener en buen estado los <b>bienes y servicios</b> del establecimiento					
3	Para la administración del establecimiento, el cumplimiento de las <b>necesidades</b> del turista es.					
4	Considera importante que la oferta de servicios del establecimiento debe ser acorde a las <b>necesidades</b> del turista.					
5	Considera importante mejorar la calidad de las instalaciones del establecimiento para elevar la <b>experiencia</b> turística.					
6	Considera importante mejorar el profesionalismo del personal del establecimiento para elevar la <b>experiencia</b> turística.					
	<b>DEMANDA</b>					
7	Considera importante brindar los servicios de calidad a los <b>turistas</b> en su establecimiento.					
8	Considera importante generar productos turísticos que sean acordes a la demanda de los <b>turistas</b> .					
9	¿Qué tan importante considera la <b>motivación</b> en el turista al escoger su establecimiento?					
10	¿Qué grado de importancia le otorga a la <b>motivación</b> como factor determinante en su elección de destinos turísticos en el cantón Colta?					
11	¿Qué tan importante es para el personal de su establecimiento brindar una <b>satisfacción</b> al cliente?					
12	Considera importante que unos de los objetivos del establecimiento sea la <b>satisfacción</b> del cliente.					
	<b>COMUNIDAD LOCAL</b>					
13	Considera importante que el <b>personal</b> del establecimiento pertenezca a la comunidad del cantón.					
14	Considera importante poseer <b>personal</b> capacitado y con valores en su establecimiento.					
15	Considera importante involucrar a la comunidad a las <b>actividades</b> turísticas del cantón.					
16	Considera importante realizar <b>actividades</b> de capacitación de cultura turística.					
17	Considera importante la mejora continua en la <b>organización</b> de su establecimiento.					
18	Considera importante involucrar a la comunidad local como parte de <b>organización</b> del sector turístico del cantón.					

**¡GRACIAS POR SU COLABORACION!**

## ANEXO 6. Análisis e interpretación de las encuestas

### Resultados de la variable independiente (Demanda turística)

- Información general
- Género

Tabla 11 Género

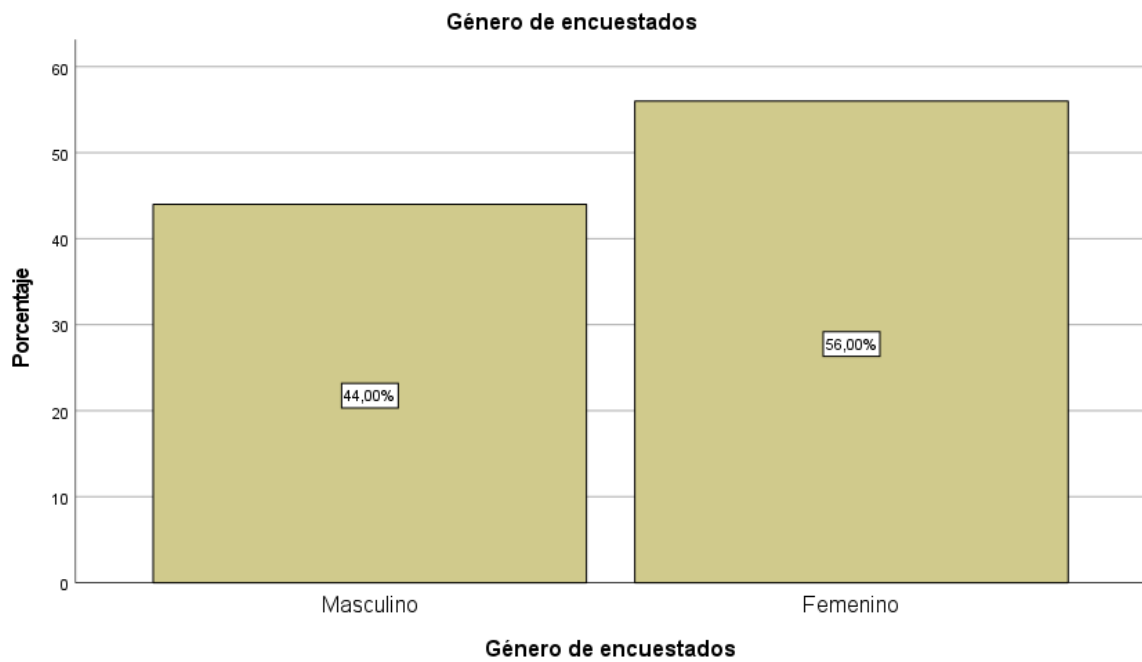
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	165	44,0	44,0	44,0
	Femenino	210	56,0	56,0	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

#### a. Género

Gráfico 1



**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

## b. Edad

**Tabla 12 Edad**

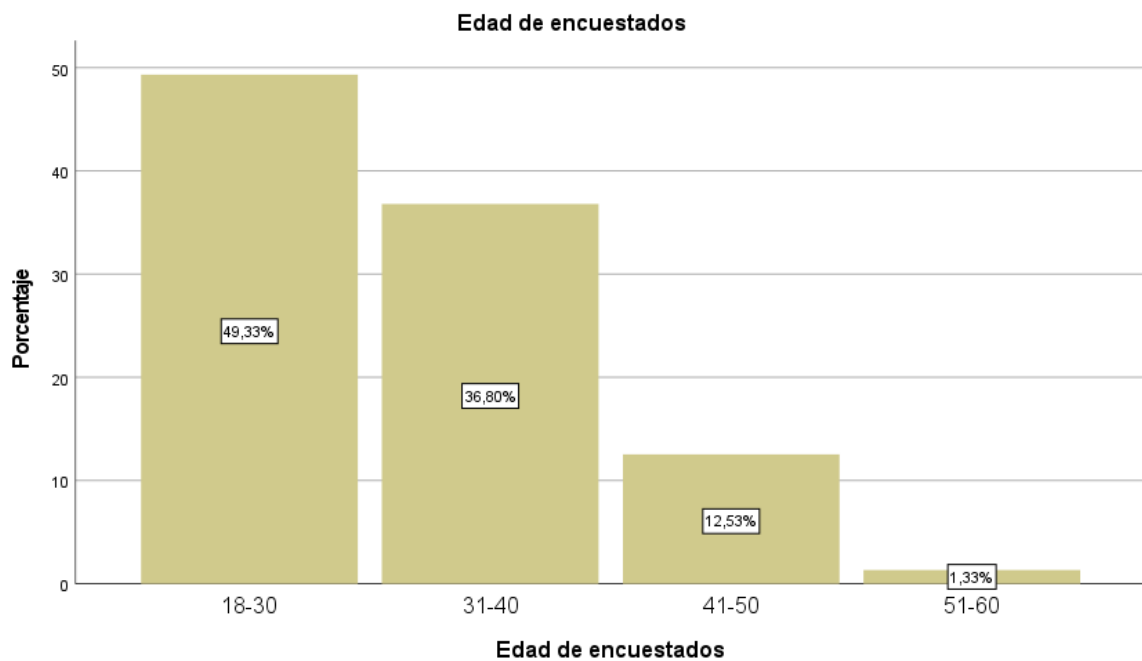
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-30	185	49,3	49,3	49,3
	31-40	138	36,8	36,8	86,1
	41-50	47	12,5	12,5	98,7
	51-60	5	1,3	1,3	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

## c. Edad

**Gráfico 2 Edad**



**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

#### d. Estudio

Tabla 13 Estudio

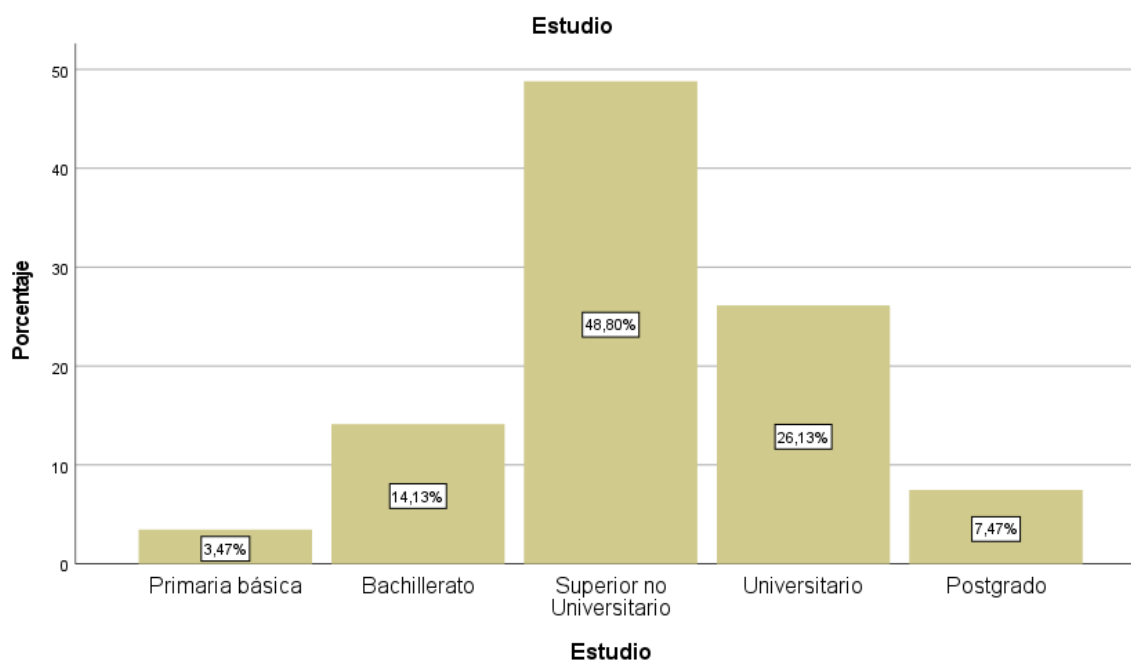
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria básica	13	3,5	3,5	3,5
	Bachillerato	53	14,1	14,1	17,6
	Superior no Universitario	183	48,8	48,8	66,4
	Universitario	98	26,1	26,1	92,5
	Postgrado	28	7,5	7,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas, 2023

Elaborado por: Tayupanda Jessica, (2024)

#### e. Estudio

Gráfico 3 Estudio



Fuente: encuestas aplicadas, 2023

Elaborado por: Tayupanda Jessica, (2024)

## Información Específica

**Tabla 14 Alojamiento**

1. Indique el grado de satisfacción de las instalaciones al pernoctar en los establecimientos de alojamiento del cantón Colta.

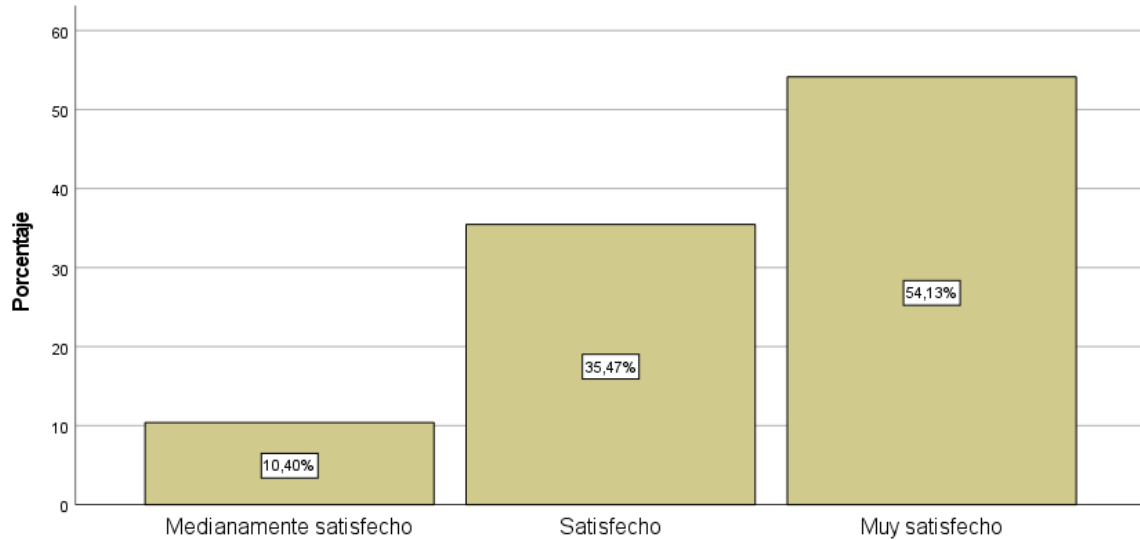
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Medianamente satisfecho	39	10,4	10,4	10,4
Satisfecho	133	35,5	35,5	45,9
Muy satisfecho	203	54,1	54,1	100,0
Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 4 Alojamiento**

1. Indique el grado de satisfacción de las instalaciones al pernoctar en los establecimientos de alojamiento del cantón Colta.



1. Indique el grado de satisfacción de las instalaciones al pernoctar en los establecimientos de alojamiento del cantón Colta.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 15 Atención al cliente**

2. Indique el nivel de satisfacción de atención al cliente recibida al pernoctar en los establecimientos de alojamiento del cantón.

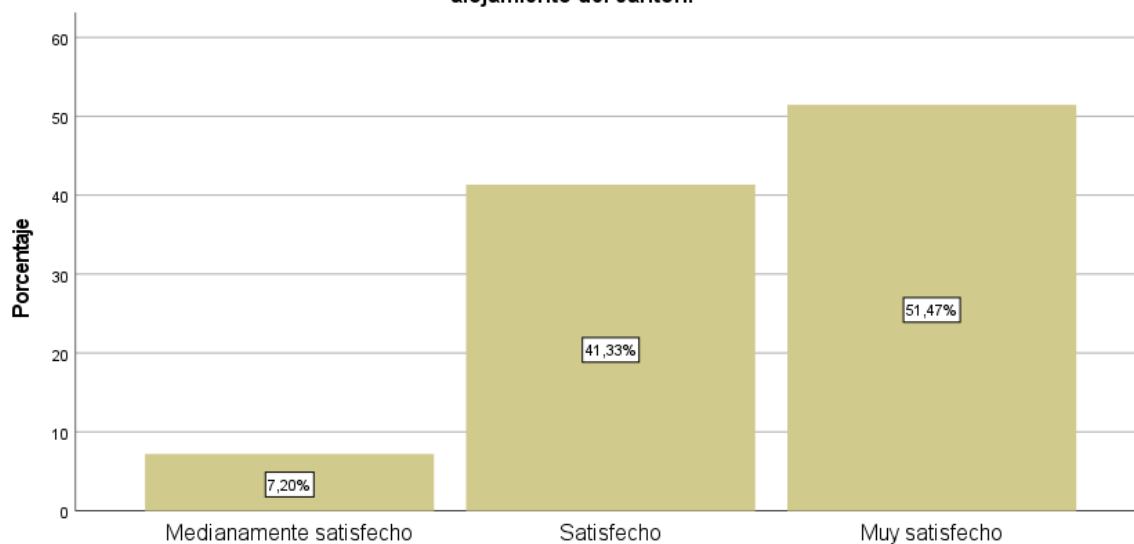
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Medianamente satisfecho	27	7,2	7,2	7,2
Satisfecho	155	41,3	41,3	48,5
Muy satisfecho	193	51,5	51,5	100,0
Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 5 Atención al cliente**

2. Indique el nivel de satisfacción de atención al cliente recibida al pernoctar en los establecimientos de alojamiento del cantón.



2. Indique el nivel de satisfacción de atención al cliente recibida al pernoctar en los establecimientos de alojamiento del cantón.

**Fuente:** encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)



**Tabla 16 Seguridad Turística**

3. Indique el grado de satisfacción de la seguridad turística en su estadía en los establecimientos del cantón.

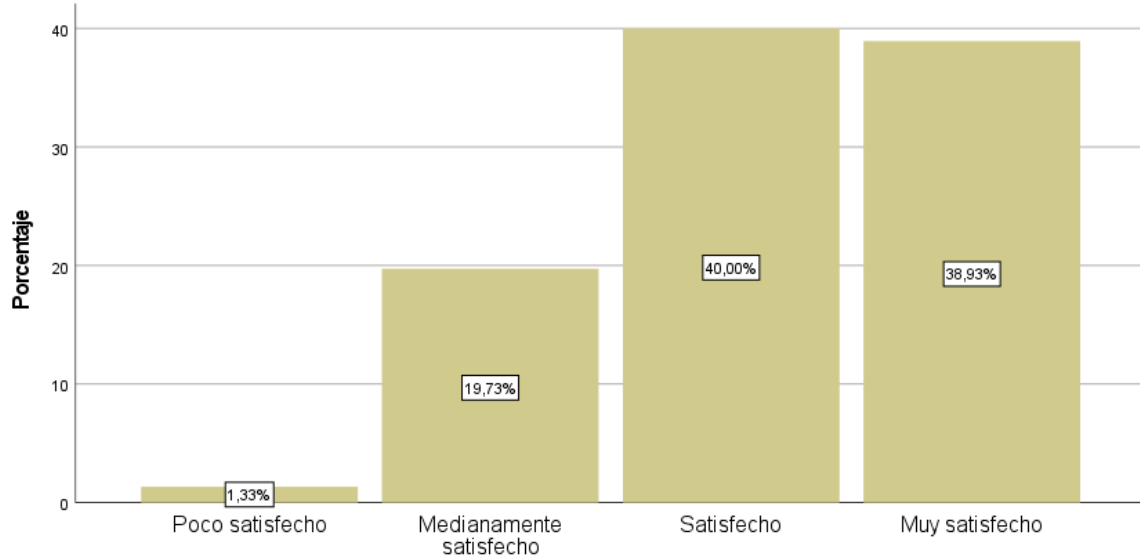
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco satisfecho	5	1,3	1,3	1,3
Medianamente satisfecho	74	19,7	19,7	21,1
Satisfecho	150	40,0	40,0	61,1
Muy satisfecho	146	38,9	38,9	100,0
Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 6 Seguridad Turística**

3. Indique el grado de satisfacción de la seguridad turística en su estadía en los establecimientos del cantón.



3. Indique el grado de satisfacción de la seguridad turística en su estadía en los establecimientos del cantón.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 17 Alimentación**

4. Indique el grado de satisfacción de la alimentación recibida en la estadía en los establecimientos del cantón.

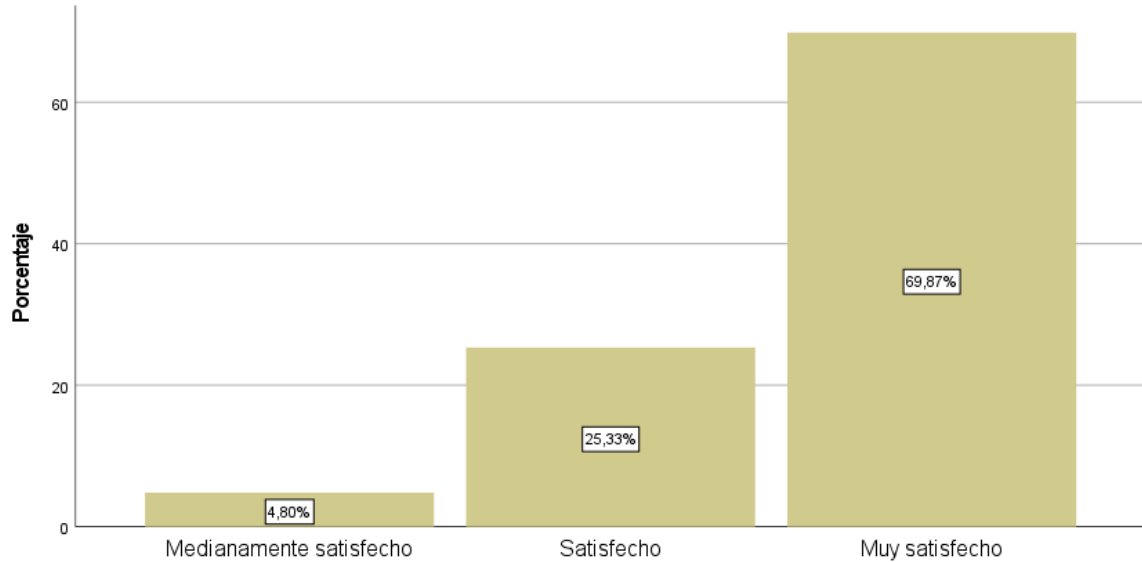
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente satisfecho	18	4,8	4,8	4,8
	Satisfecho	95	25,3	25,3	30,1
	Muy satisfecho	262	69,9	69,9	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 7 Alimentación**

4. Indique el grado de satisfacción de la alimentación recibida en la estadía en los establecimientos del cantón.



4. Indique el grado de satisfacción de la alimentación recibida en la estadía en los establecimientos del cantón.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 18 Motivación**

5. ¿Cuál es su nivel de motivación para volver al establecimiento en la que pernocto?

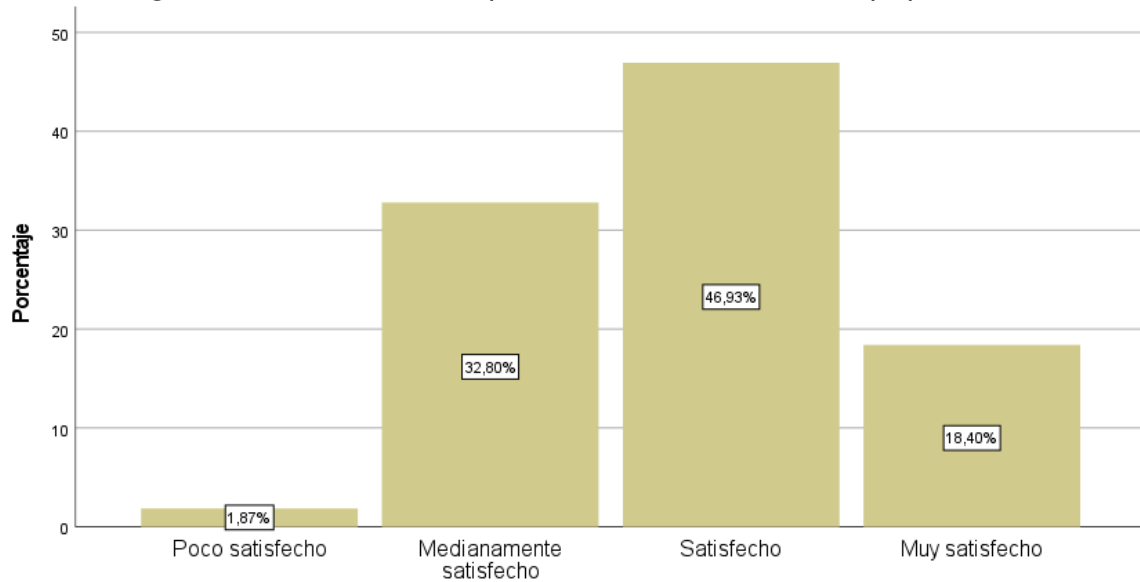
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco satisfecho	7	1,9	1,9	1,9
Medianamente satisfecho	123	32,8	32,8	34,7
Satisfecho	176	46,9	46,9	81,6
Muy satisfecho	69	18,4	18,4	100,0
Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 8 Motivación**

5. ¿Cuál es su nivel de motivación para volver al establecimiento en la que pernocto?



5. ¿Cuál es su nivel de motivación para volver al establecimiento en la que pernocto?

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 19 Nivel de motivación**

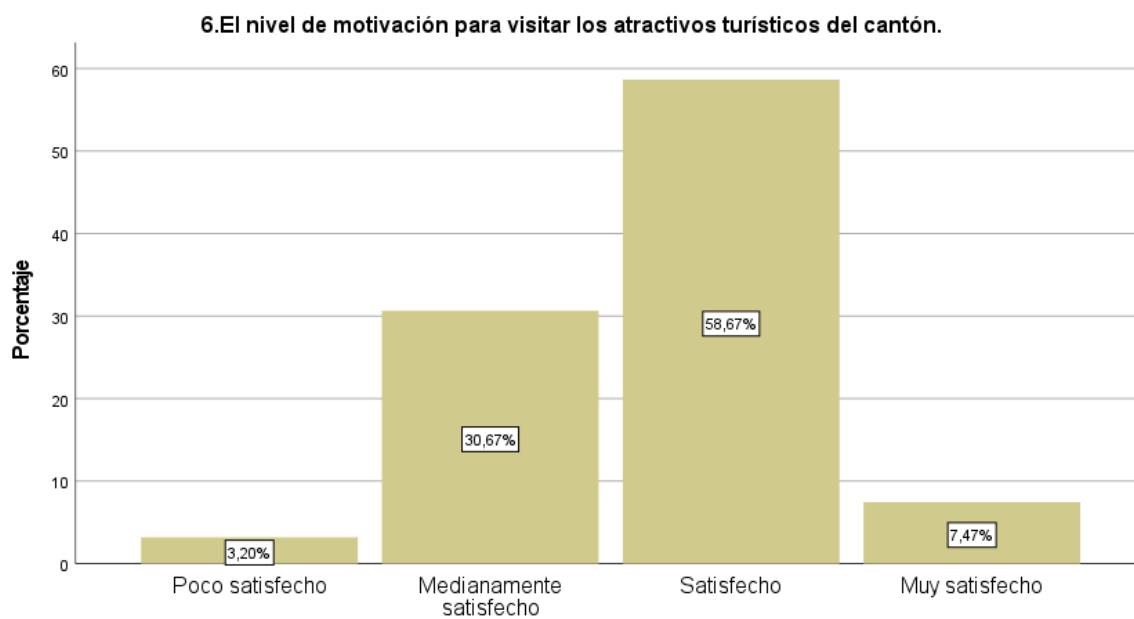
**6. El nivel de motivación para visitar los atractivos turísticos del cantón.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfecho	12	3,2	3,2	3,2
	Medianamente satisfecho	115	30,7	30,7	33,9
	Satisfecho	220	58,7	58,7	92,5
	Muy satisfecho	28	7,5	7,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 9 Nivel de motivación**



**6.El nivel de motivación para visitar los atractivos turísticos del cantón.**

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 20 Elementos complementarios**

7. Indique nivel de satisfacción al utilizar los elementos complementarios (algo adicional) de los establecimientos turísticos del cantón.

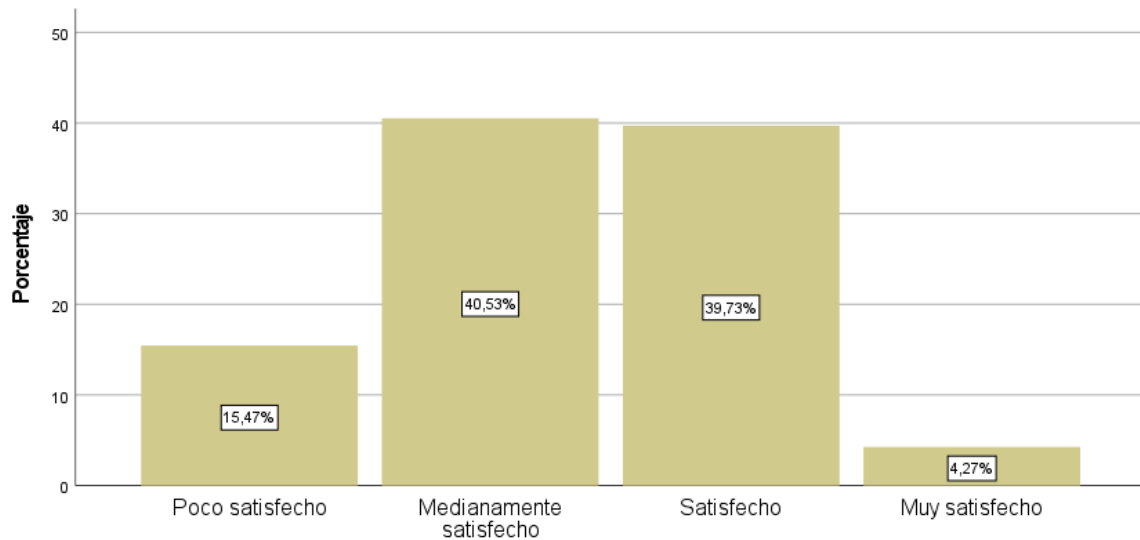
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfecho	58	15,5	15,5	15,5
	Medianamente satisfecho	152	40,5	40,5	56,0
	Satisfecho	149	39,7	39,7	95,7
	Muy satisfecho	16	4,3	4,3	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 10 Elementos Complementarios**

7. Indique nivel de satisfacción al utilizar los elementos complementarios (algo adicional) de los establecimientos turísticos del cantón.



7. Indique nivel de satisfacción al utilizar los elementos complementarios (algo adicional) de los establecimientos turísticos del cantón.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 21 Valores Agregados**

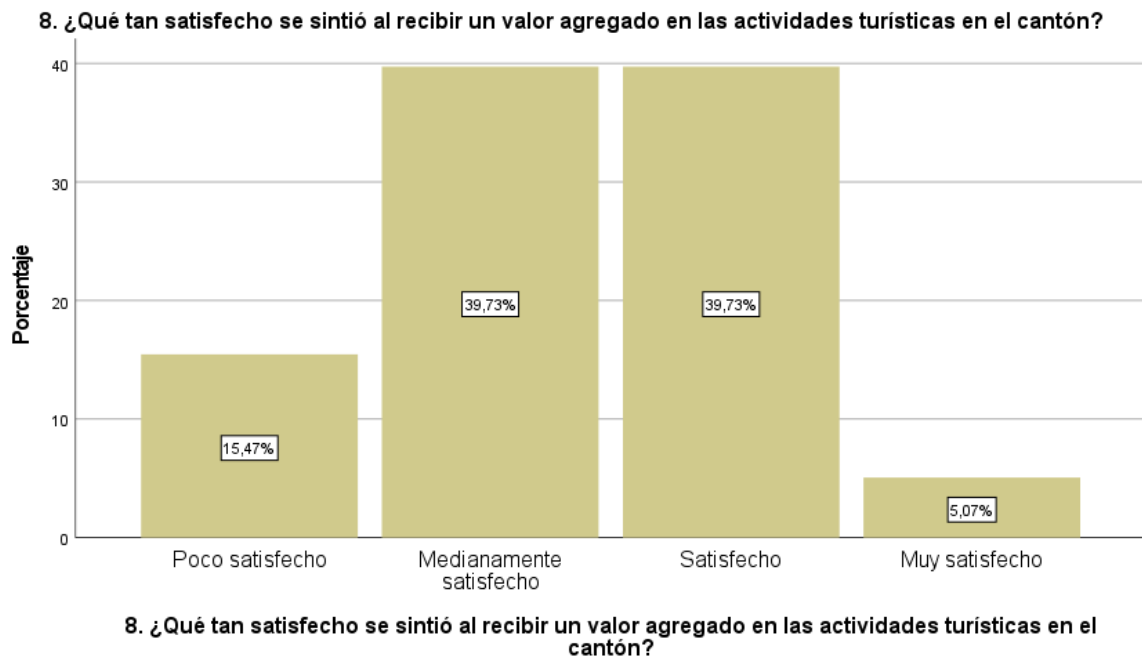
8. ¿Qué tan satisfecho se sintió al recibir un valor agregado en las actividades turísticas en el cantón?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfecho	58	15,5	15,5	15,5
	Medianamente satisfecho	149	39,7	39,7	55,2
	Satisfecho	149	39,7	39,7	94,9
	Muy satisfecho	19	5,1	5,1	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 11 Valor Agregado**



**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 22 Apoyo de empleados**

9. ¿Cuál es su grado de satisfacción al recibir el apoyo de los empleados de los establecimientos turísticos del cantón?

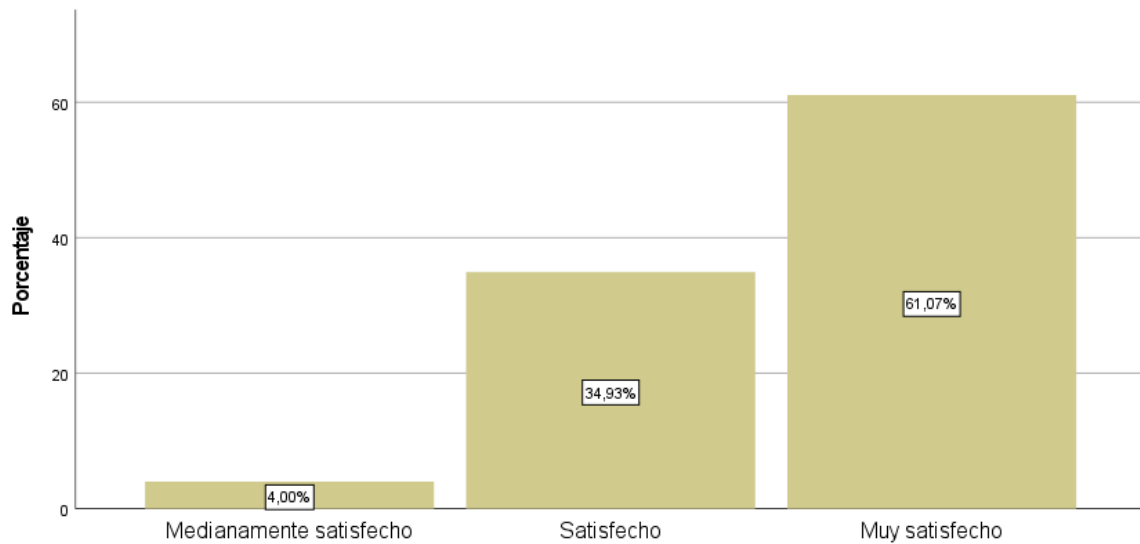
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente satisfecho	15	4,0	4,0	4,0
	Satisfecho	131	34,9	34,9	38,9
	Muy satisfecho	229	61,1	61,1	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 12 Apoyo de empleados**

9. ¿Cuál es su grado de satisfacción al recibir el apoyo de los empleados de los establecimientos turísticos del cantón?



9. ¿Cuál es su grado de satisfacción al recibir el apoyo de los empleados de los establecimientos turísticos del cantón?

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 23 Ayuda turística**

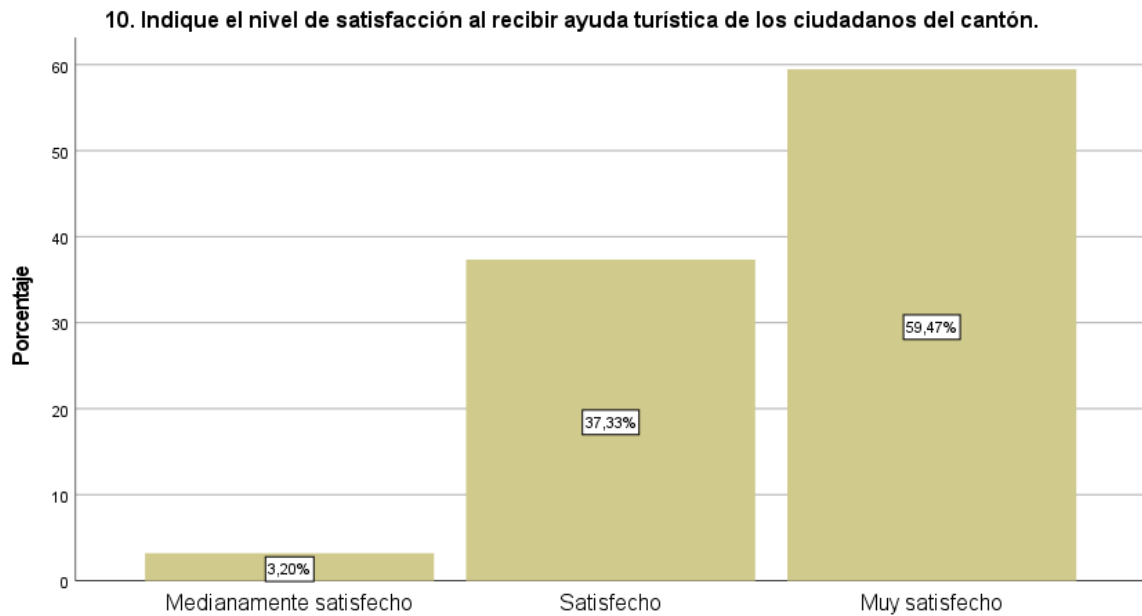
10. Indique el nivel de satisfacción al recibir ayuda turística de los ciudadanos del cantón.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente satisfecho	12	3,2	3,2	3,2
	Satisfecho	140	37,3	37,3	40,5
	Muy satisfecho	223	59,5	59,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 13 Ayuda Turística**



10. Indique el nivel de satisfacción al recibir ayuda turística de los ciudadanos del cantón.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)



**Tabla 24 Experiencia Turística**

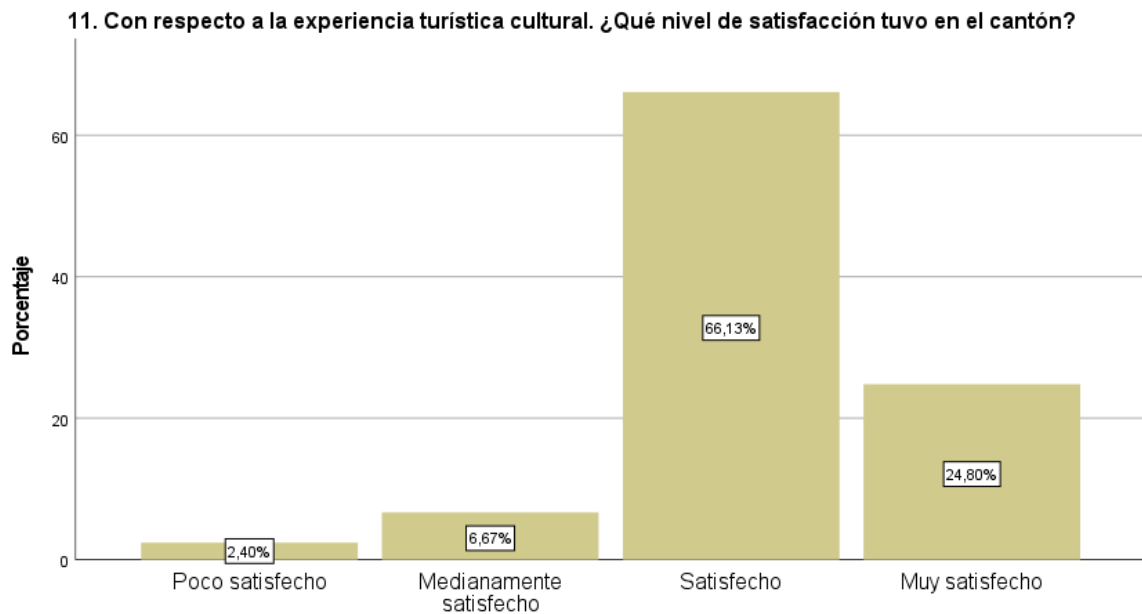
11. Con respecto a la experiencia turística cultural. ¿Qué nivel de satisfacción tuvo en el cantón?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfecho	9	2,4	2,4	2,4
	Medianamente satisfecho	25	6,7	6,7	9,1
	Satisfecho	248	66,1	66,1	75,2
	Muy satisfecho	93	24,8	24,8	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 14 Experiencia Turística**



11. Con respecto a la experiencia turística cultural. ¿Qué nivel de satisfacción tuvo en el cantón?

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 25 Atractivos Turísticos naturales**

12. Su nivel de satisfacción de la experiencia turística en los atractivos turísticos naturales en el cantón.

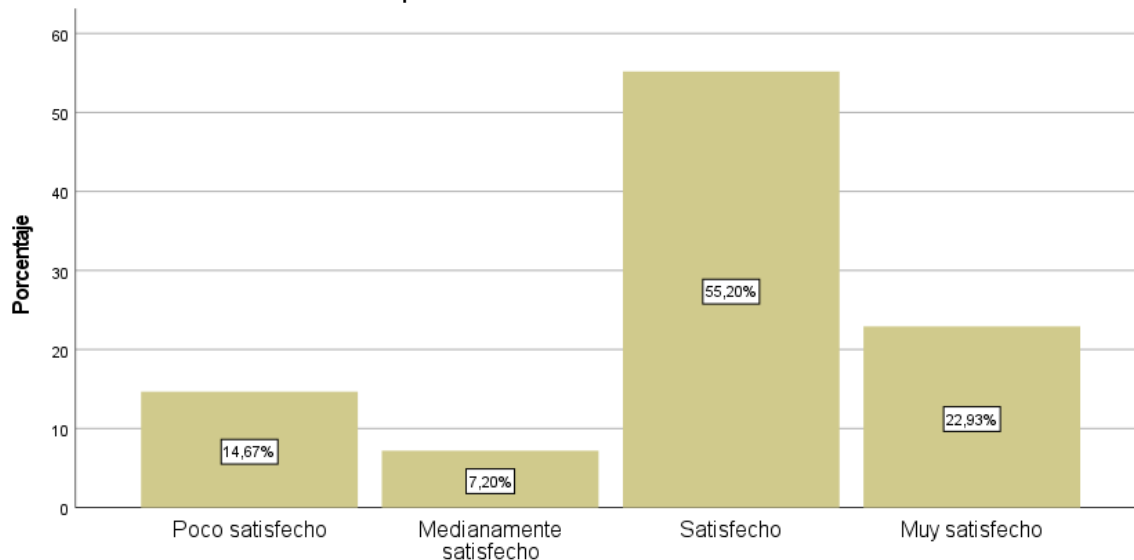
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfecho	55	14,7	14,7	14,7
	Medianamente satisfecho	27	7,2	7,2	21,9
	Satisfecho	207	55,2	55,2	77,1
	Muy satisfecho	86	22,9	22,9	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 15 Atractivos turísticos naturales**

12. Su nivel de satisfacción de la experiencia turística en los atractivos turísticos naturales en el cantón.



12. Su nivel de satisfacción de la experiencia turística en los atractivos turísticos naturales en el cantón.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 26 Oferta de Establecimientos**

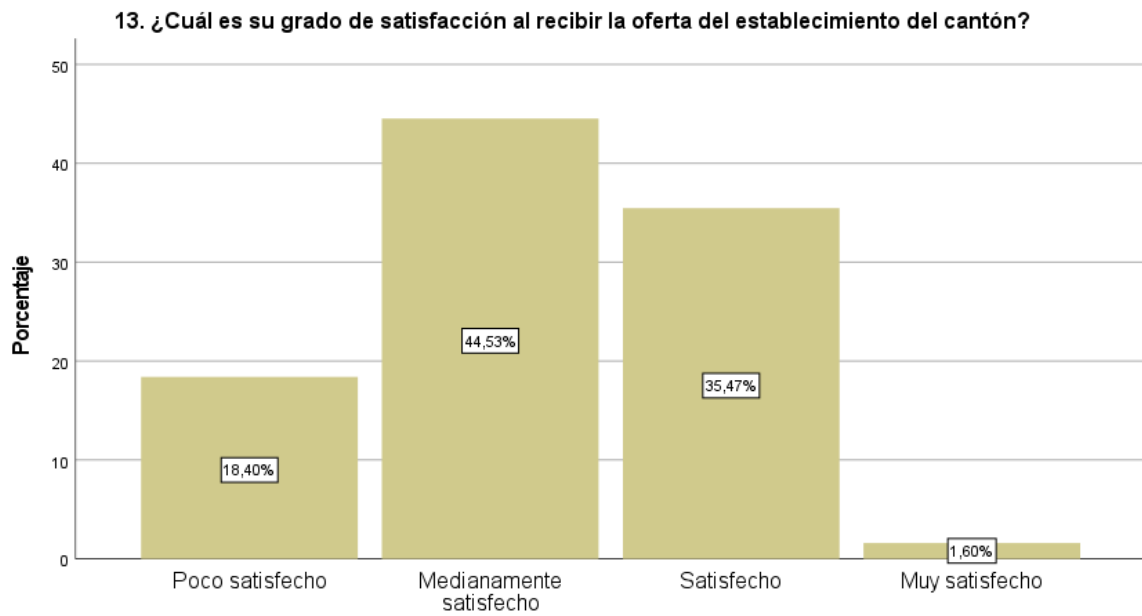
13. ¿Cuál es su grado de satisfacción al recibir la oferta del establecimiento del cantón?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfecho	69	18,4	18,4	18,4
	Medianamente satisfecho	167	44,5	44,5	62,9
	Satisfecho	133	35,5	35,5	98,4
	Muy satisfecho	6	1,6	1,6	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 16 Oferta de establecimientos**



13. ¿Cuál es su grado de satisfacción al recibir la oferta del establecimiento del cantón?

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

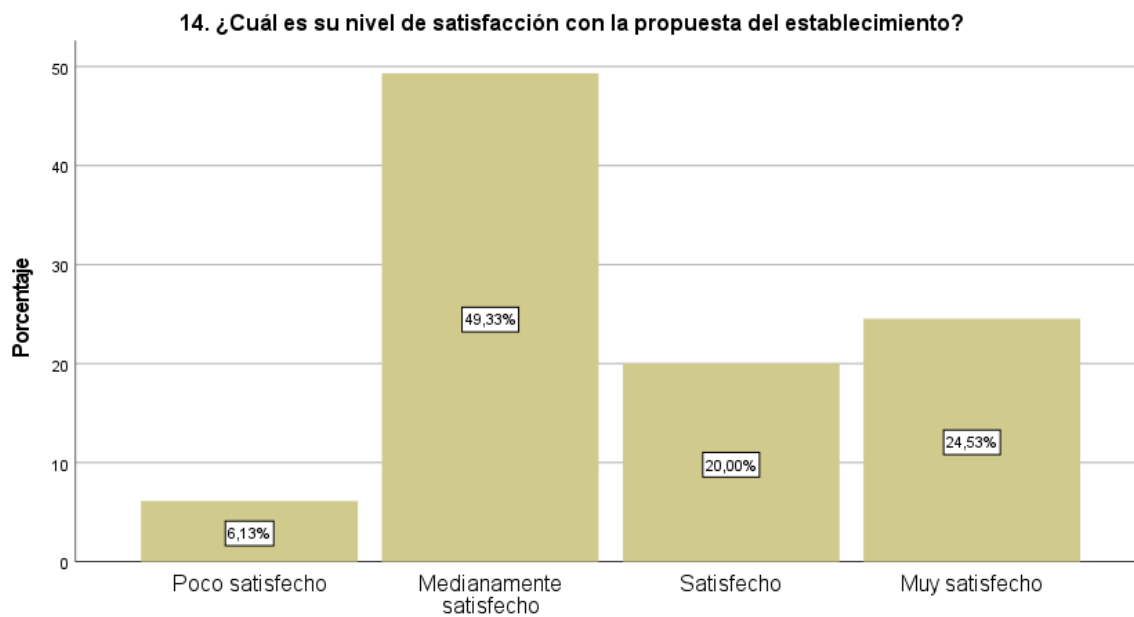
**Tabla 27 Propuesta de establecimientos**

14. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la propuesta del establecimiento?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfecho	23	6,1	6,1	6,1
	Medianamente satisfecho	185	49,3	49,3	55,5
	Satisfecho	75	20,0	20,0	75,5
	Muy satisfecho	92	24,5	24,5	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 17 Propuesta de establecimientos**



14. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la propuesta del establecimiento?

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

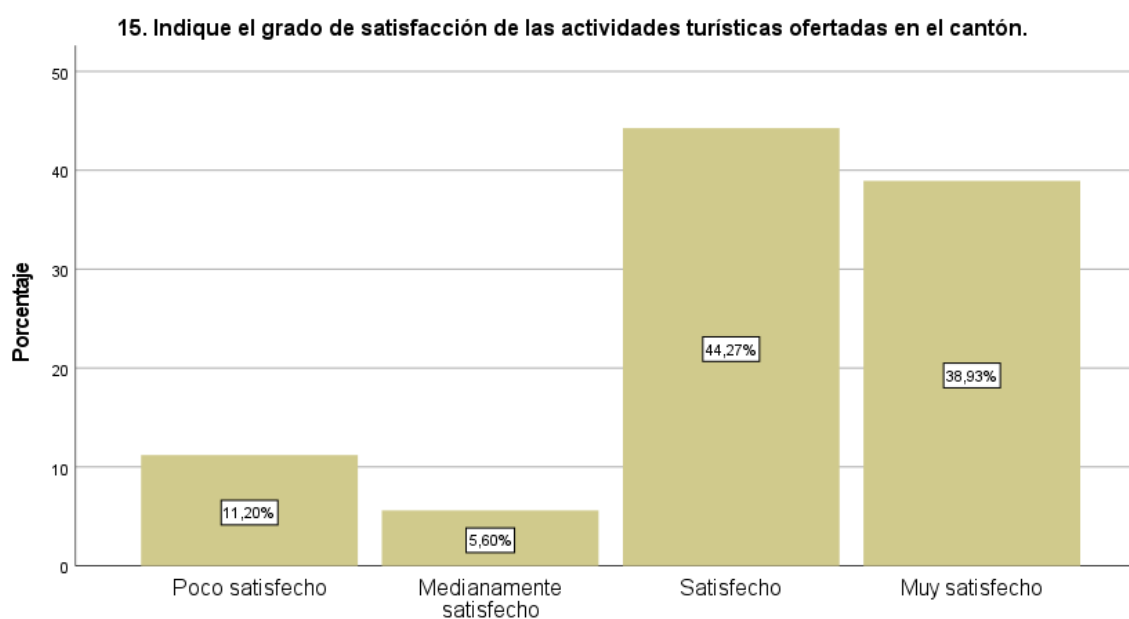
**Tabla 28 Actividad turística ofertada**

15. Indique el grado de satisfacción de las actividades turísticas ofertadas en el cantón.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfecho	42	11,2	11,2	11,2
	Medianamente satisfecho	21	5,6	5,6	16,8
	Satisfecho	166	44,3	44,3	61,1
	Muy satisfecho	146	38,9	38,9	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 18 Actividad turística ofertada**



15. Indique el grado de satisfacción de las actividades turísticas ofertadas en el cantón.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 29 Diferentes actividades turísticas**

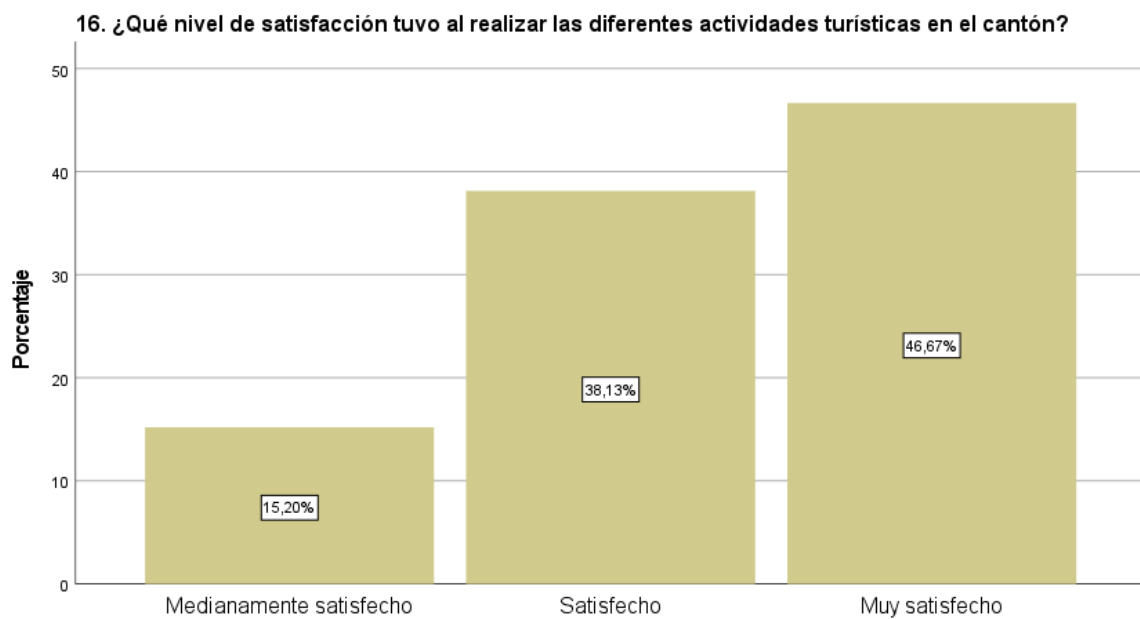
16. ¿Qué nivel de satisfacción tuvo al realizar las diferentes actividades turísticas en el cantón?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medianamente satisfecho	57	15,2	15,2	15,2
	Satisfecho	143	38,1	38,1	53,3
	Muy satisfecho	175	46,7	46,7	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 19 Diferentes actividades turísticas**



16. ¿Qué nivel de satisfacción tuvo al realizar las diferentes actividades turísticas en el cantón?

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 30 Patrimonio Intangible**

17. ¿Qué tan satisfecho se sintió al conocer el patrimonio intangible del cantón Colta?

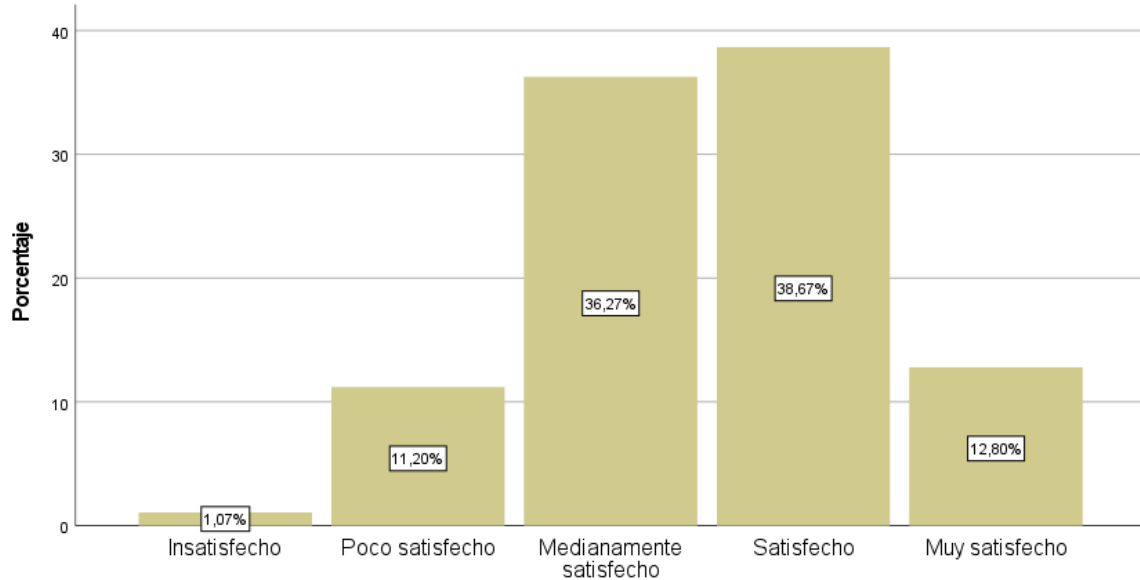
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Insatisfecho	4	1,1	1,1	1,1
	Poco satisfecho	42	11,2	11,2	12,3
	Medianamente satisfecho	136	36,3	36,3	48,5
	Satisfecho	145	38,7	38,7	87,2
	Muy satisfecho	48	12,8	12,8	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 20 Patrimonio Intangible**

17. ¿Qué tan satisfecho se sintió al conocer el patrimonio intangible del cantón Colta?



17. ¿Qué tan satisfecho se sintió al conocer el patrimonio intangible del cantón Colta?

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

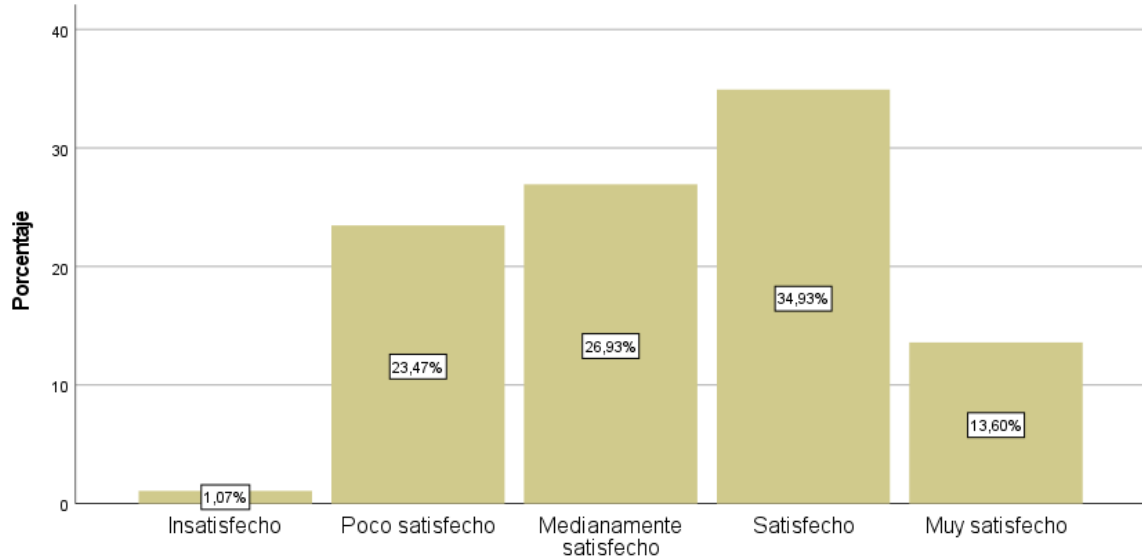
**Tabla 31 Oferta del patrimonio Intangible**

18. Se encuentra satisfecho con la oferta del patrimonio intangible (música, costumbres) del cantón.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Insatisfecho	4	1,1	1,1	1,1
	Poco satisfecho	88	23,5	23,5	24,5
	Medianamente satisfecho	101	26,9	26,9	51,5
	Satisfecho	131	34,9	34,9	86,4
	Muy satisfecho	51	13,6	13,6	100,0
	Total	375	100,0	100,0	

**Gráfico 21 Oferta del patrimonio intangible**

18. Se encuentra satisfecho con la oferta del patrimonio intangible (música, costumbres) del cantón.



18. Se encuentra satisfecho con la oferta del patrimonio intangible (música, costumbres) del cantón.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)



## Análisis, interpretación y discusión de la variable dependiente (Actividad Turística)

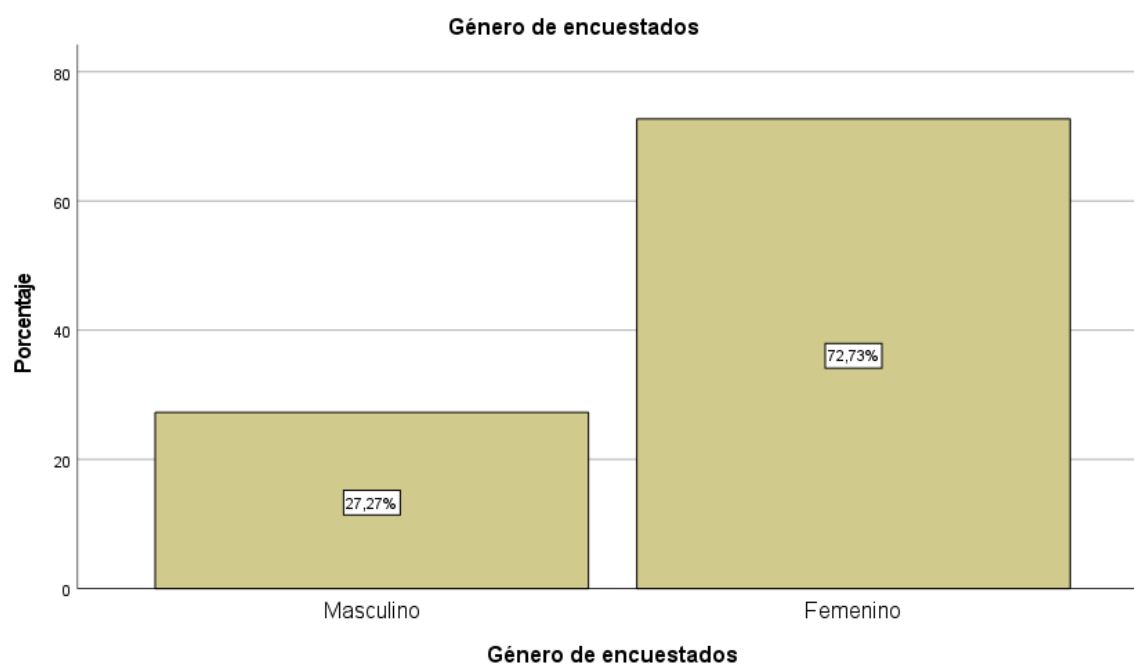
**Tabla 32 Género**

Género de encuestados				Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	3	27,3	27,3	27,3
	Femenino	8	72,7	72,7	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 22 Género**



**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

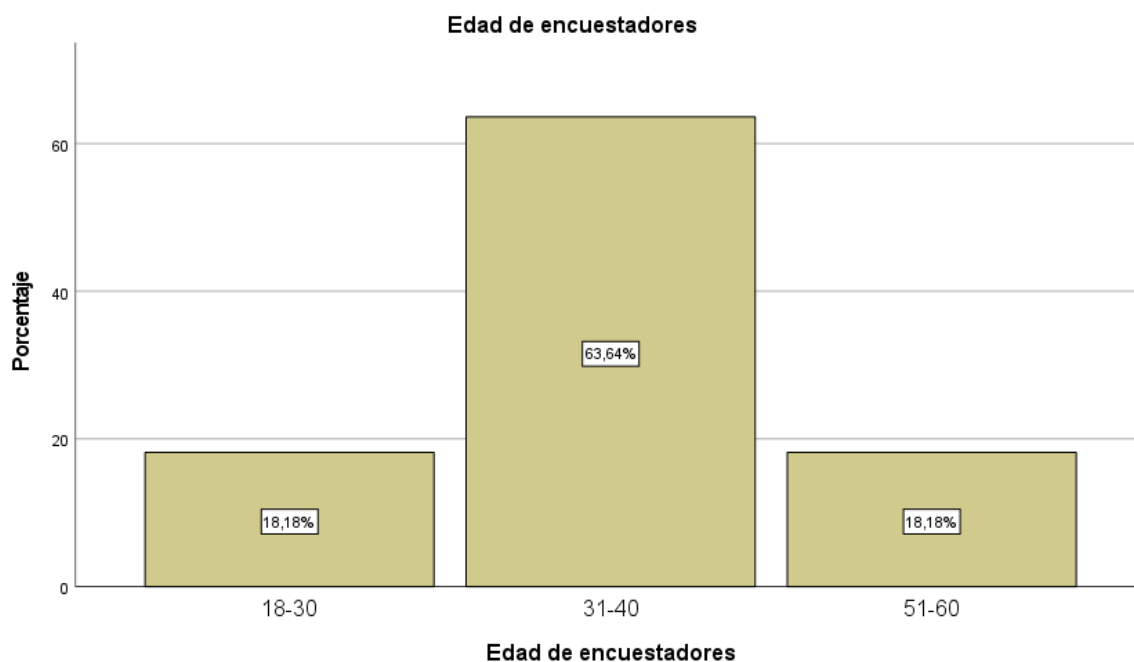
**Tabla 33 Edad**

		Edad de encuestadores			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-30	2	18,2	18,2	18,2
	31-40	7	63,6	63,6	81,8
	51-60	2	18,2	18,2	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 23 Edad**



**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

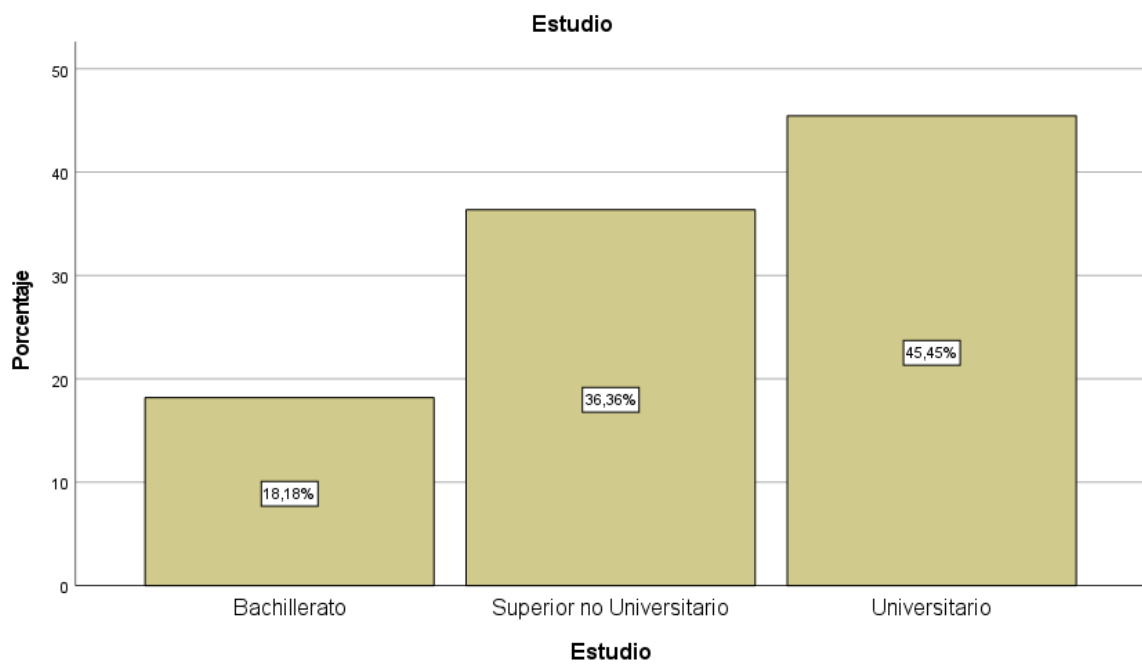
**Tabla 34 Instrucción**

Estudio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bachillerato	2	18,2	18,2	18,2
	Superior no Universitario	4	36,4	36,4	54,5
	Universitario	5	45,5	45,5	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 24 Instrucción**



**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 35 Incentivo a los turistas**

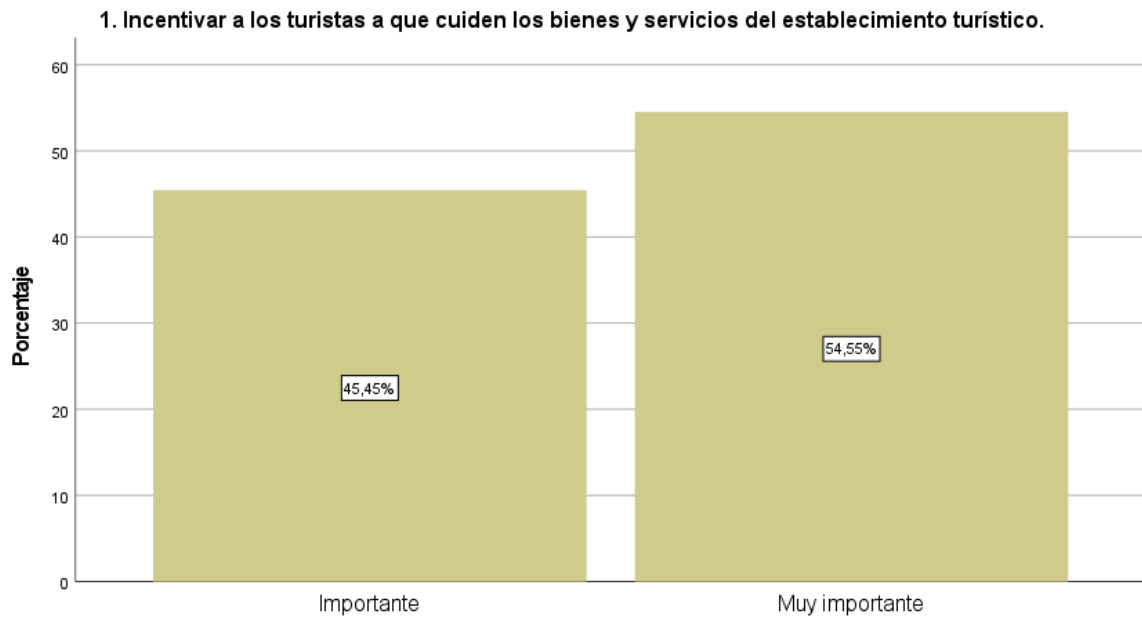
1. Incentivar a los turistas a que cuiden los bienes y servicios del establecimiento turístico.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	5	45,5	45,5	45,5
	Muy importante	6	54,5	54,5	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 25 Incentivo a los turistas**



1. Incentivar a los turistas a que cuiden los bienes y servicios del establecimiento turístico.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 36 Bienes y servicios del establecimiento**

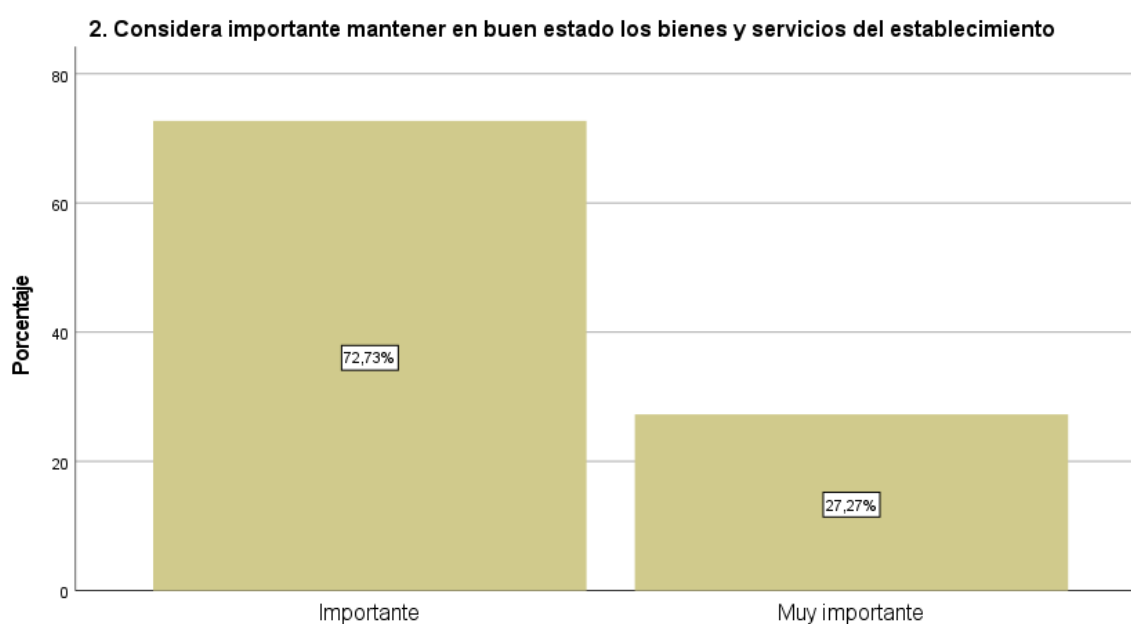
2. Considera importante mantener en buen estado los bienes y servicios del establecimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Importante	8	72,7	72,7	72,7
Muy importante	3	27,3	27,3	100,0
Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 26 Bienes y servicios del establecimiento**



2. Considera importante mantener en buen estado los bienes y servicios del establecimiento

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 37 Administración del establecimiento**

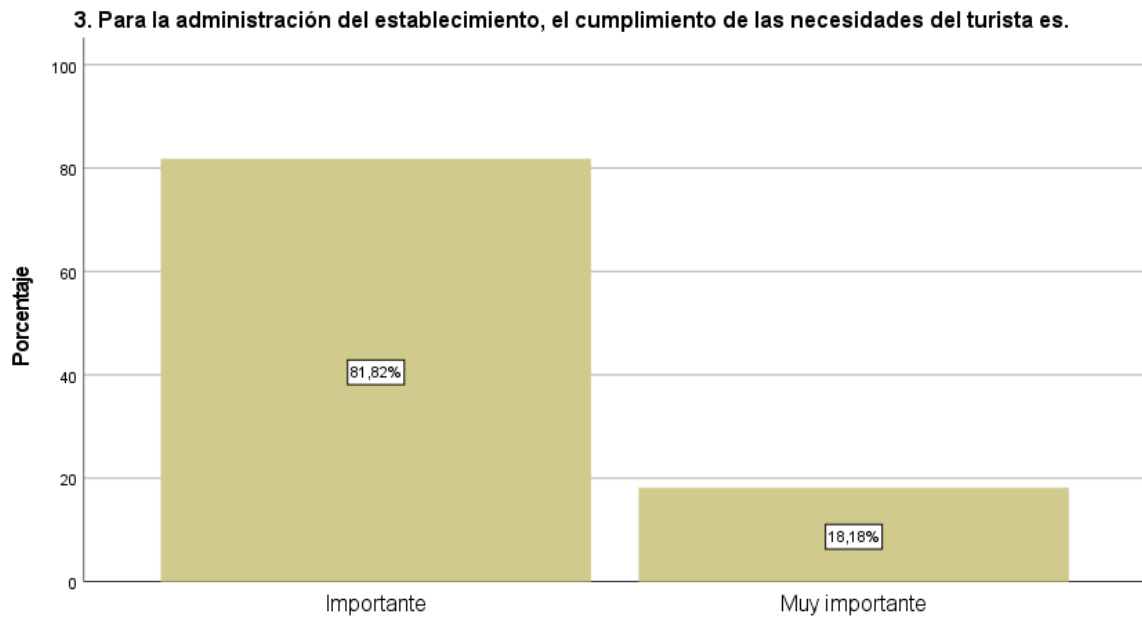
3. Para la administración del establecimiento, el cumplimiento de las necesidades del turista es.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	9	81,8	81,8	81,8
	Muy importante	2	18,2	18,2	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 27 Administración del establecimiento**



3. Para la administración del establecimiento, el cumplimiento de las necesidades del turista es.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 38 Oferta de servicios**

4. Considera importante que la oferta de servicios del establecimiento debe ser acorde a las necesidades del turista.

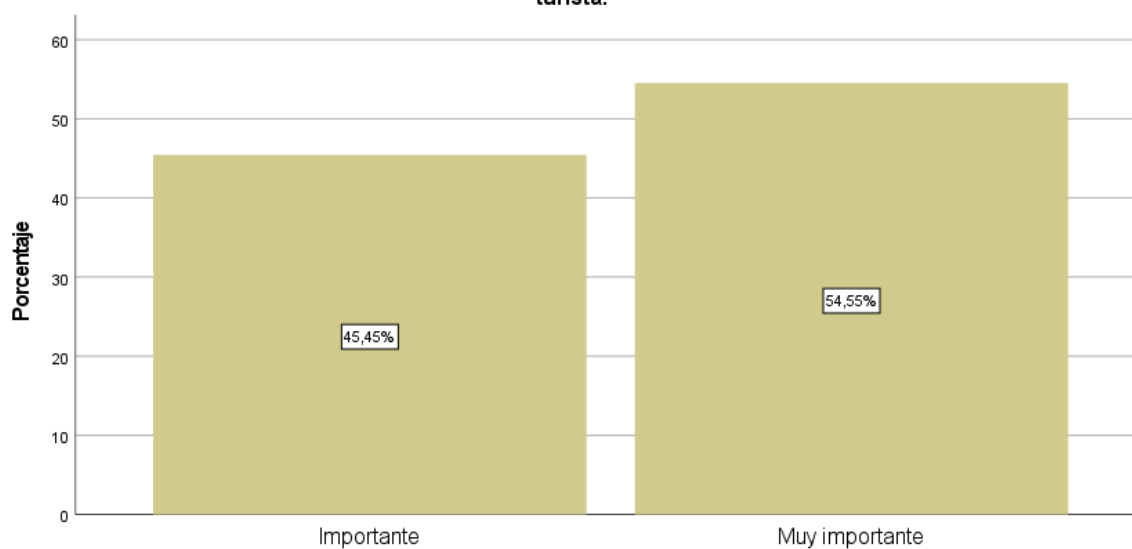
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	5	45,5	45,5	45,5
	Muy importante	6	54,5	54,5	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 28 Oferta de servicios**

4. Considera importante que la oferta de servicios del establecimiento debe ser acorde a las necesidades del turista.



4. Considera importante que la oferta de servicios del establecimiento debe ser acorde a las necesidades del turista.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 39 Calidad de instalaciones**

5. Considera importante mejorar la calidad de las instalaciones del establecimiento para elevar la experiencia turística.

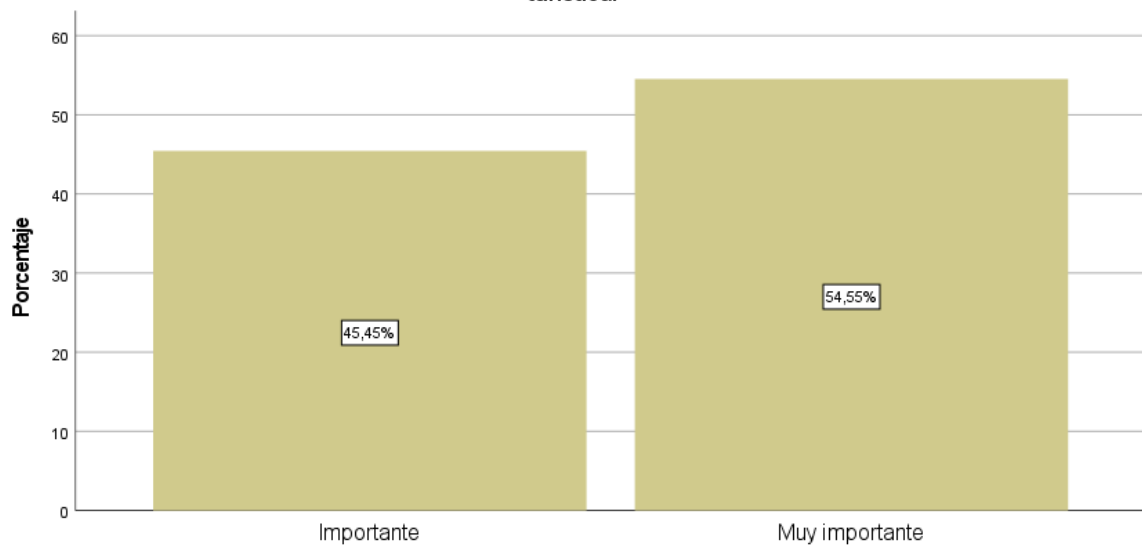
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	5	45,5	45,5	45,5
	Muy importante	6	54,5	54,5	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 29 Calidad de Instalaciones**

5. Considera importante mejorar la calidad de las instalaciones del establecimiento para elevar la experiencia turística.



5. Considera importante mejorar la calidad de las instalaciones del establecimiento para elevar la experiencia turística.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)



**Tabla 40 Profesionalismo del personal**

6. Considera importante mejorar el profesionalismo del personal del establecimiento para elevar la experiencia turística.

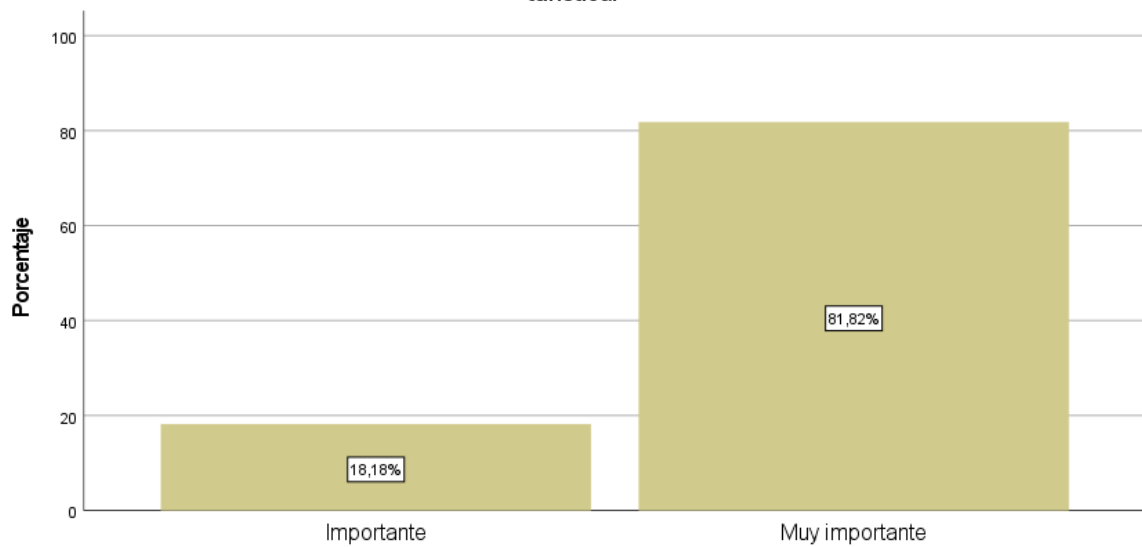
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	2	18,2	18,2	18,2
	Muy importante	9	81,8	81,8	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 30 Profesionalismo del personal**

6. Considera importante mejorar el profesionalismo del personal del establecimiento para elevar la experiencia turística.



6. Considera importante mejorar el profesionalismo del personal del establecimiento para elevar la experiencia turística.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

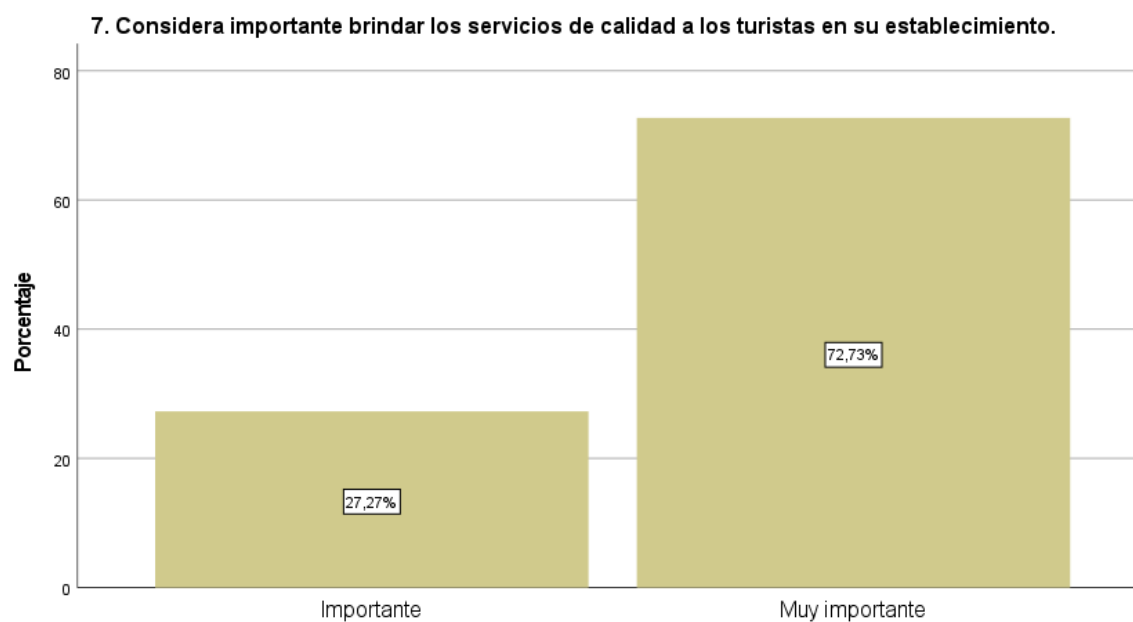
**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 41 Importancia de los servicios de calidad**

7. Considera importante brindar los servicios de calidad a los turistas en su establecimiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	3	27,3	27,3	27,3
	Muy importante	8	72,7	72,7	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Gráfico 31 Importancia de los servicios de calidad**



7. Considera importante brindar los servicios de calidad a los turistas en su establecimiento.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 42 Productos turísticos**

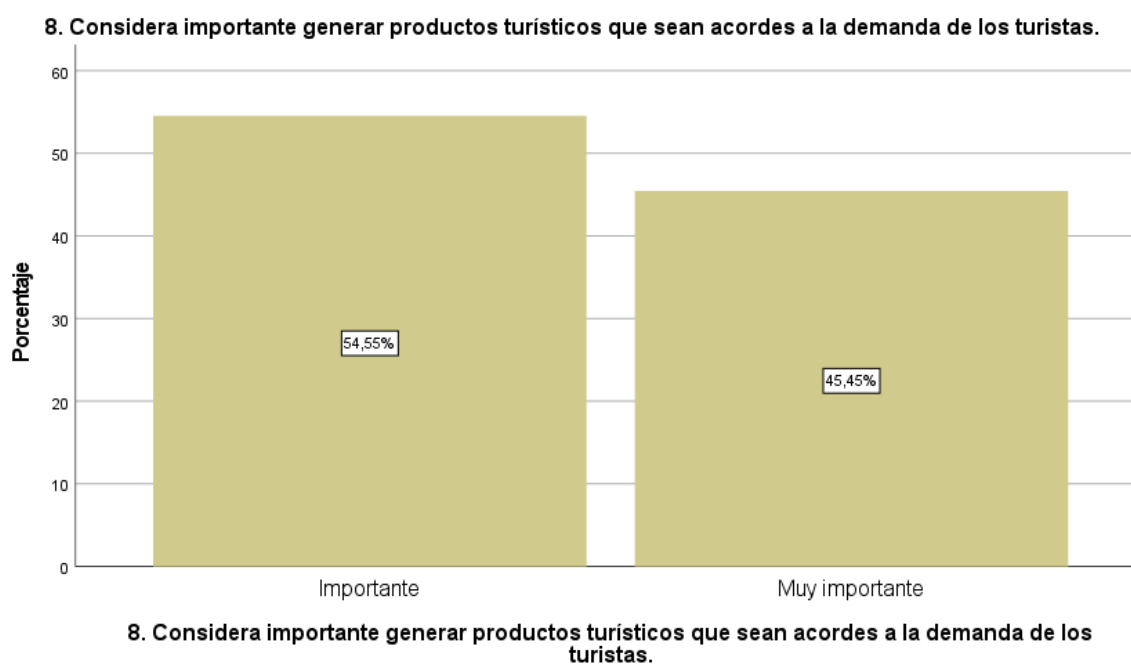
8. Considera importante generar productos turísticos que sean acordes a la demanda de los turistas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	6	54,5	54,5	54,5
	Muy importante	5	45,5	45,5	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 32 Productos turísticos**



**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 43 Motivación al turista**

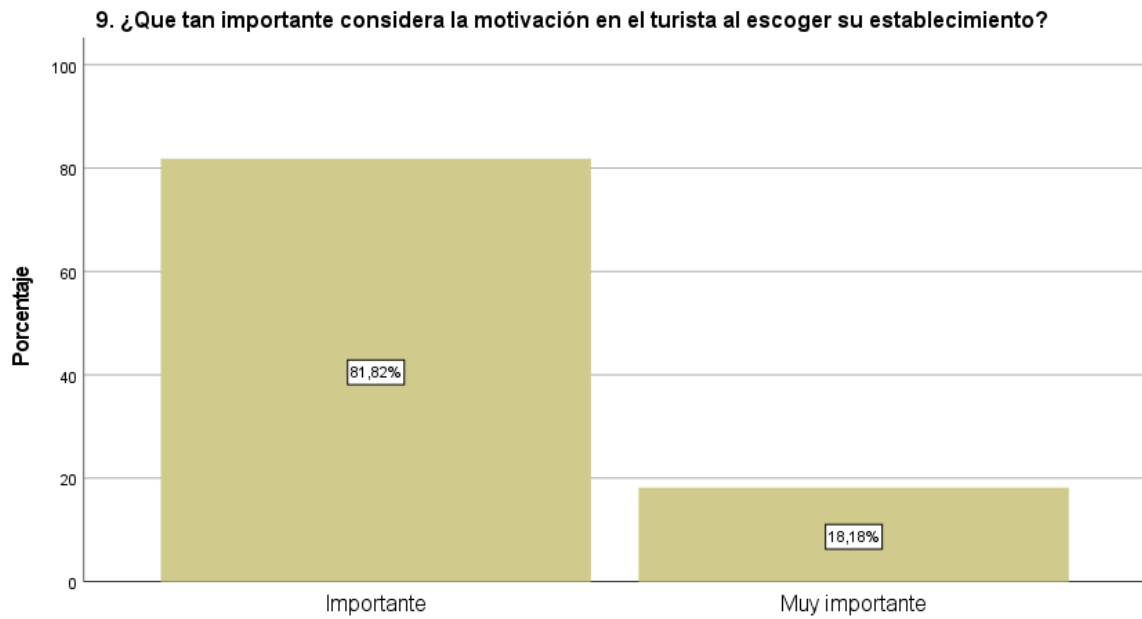
9. ¿Qué tan importante considera la motivación en el turista al escoger su establecimiento?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	9	81,8	81,8	81,8
	Muy importante	2	18,2	18,2	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 33 Motivación al turista**



9. ¿Que tan importante considera la motivación en el turista al escoger su establecimiento?

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 44 Importancia de la motivación**

10. ¿Qué grado de importancia le otorga a la motivación como factor determinante en su elección de destinos turísticos en el cantón Colta?

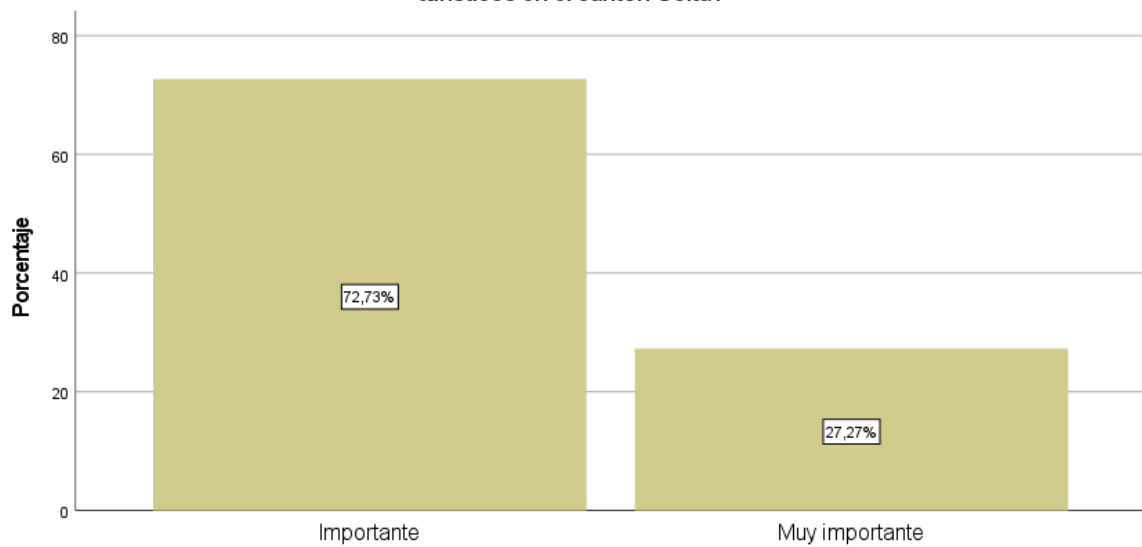
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Importante	8	72,7	72,7	72,7
Muy importante	3	27,3	27,3	100,0
Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 34 Importancia de la motivación**

10. ¿Qué grado de importancia le otorga a la motivación como factor determinante en su elección de destinos turísticos en el cantón Colta?



10. ¿Qué grado de importancia le otorga a la motivación como factor determinante en su elección de destinos turísticos en el cantón Colta?

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 45 Importancia del establecimiento para el personal**

11. ¿Qué tan importante es para el personal de su establecimiento brindar una satisfacción al cliente?

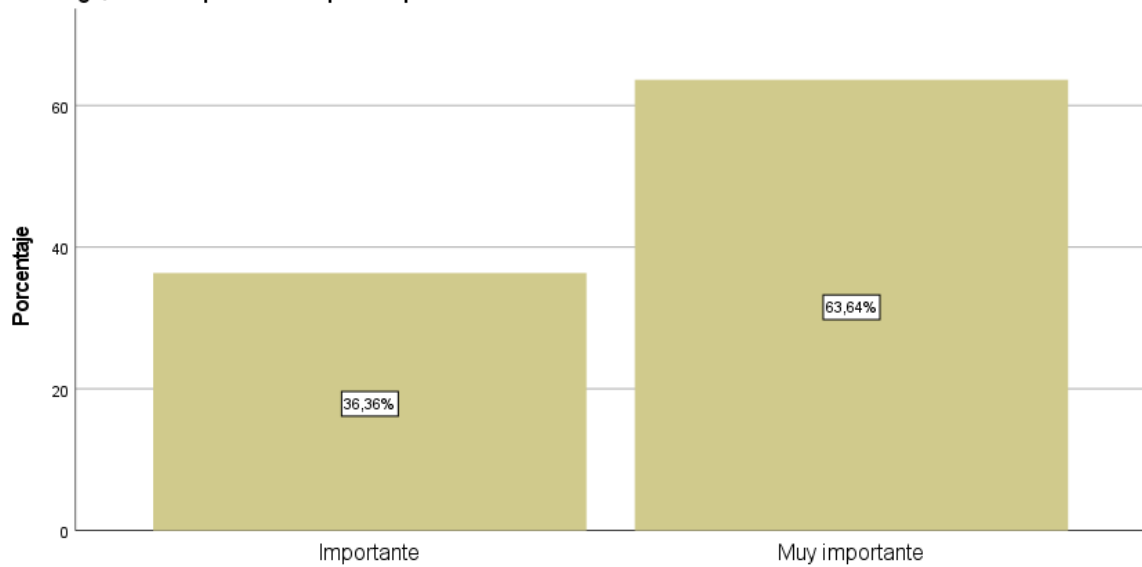
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	4	36,4	36,4	36,4
	Muy importante	7	63,6	63,6	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 35 Importancia del establecimiento para el personal**

11. ¿Qué tan importante es para el personal de su establecimiento brindar una satisfacción al cliente?



11. ¿Qué tan importante es para el personal de su establecimiento brindar una satisfacción al cliente?

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 46 Objetivos del establecimiento**

12. Considera importante que unos de los objetivos del establecimiento sea la satisfacción del cliente.

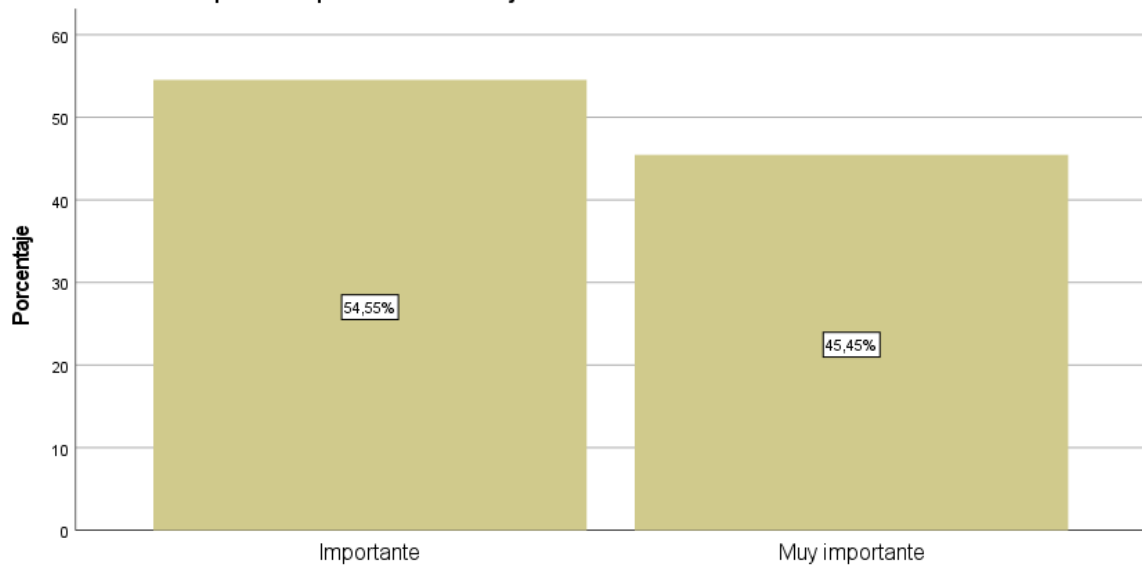
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	6	54,5	54,5	54,5
	Muy importante	5	45,5	45,5	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 36 Objetivos del establecimiento**

12. Considera importante que unos de los objetivos del establecimiento sea la satisfacción del cliente.



12. Considera importante que unos de los objetivos del establecimiento sea la satisfacción del cliente.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 47 personal del establecimiento**

13. Considera importante que el personal del establecimiento pertenezca a la comunidad del cantón.

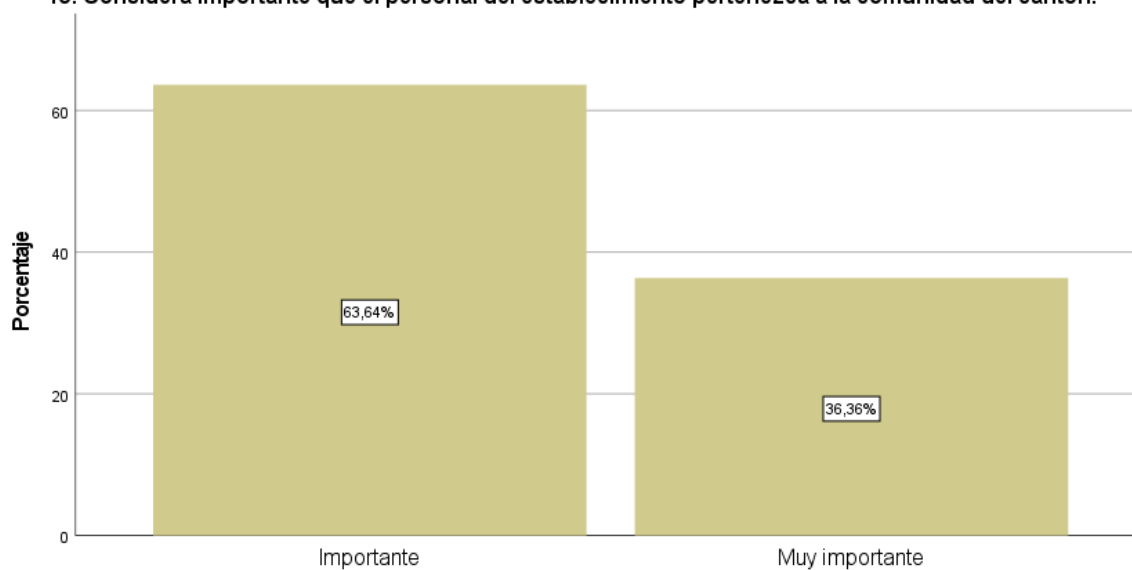
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	7	63,6	63,6	63,6
	Muy importante	4	36,4	36,4	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 37 Personal del establecimiento**

13. Considera importante que el personal del establecimiento pertenezca a la comunidad del cantón.



13. Considera importante que el personal del establecimiento pertenezca a la comunidad del cantón.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)



**Tabla 48 Personal capacitado**

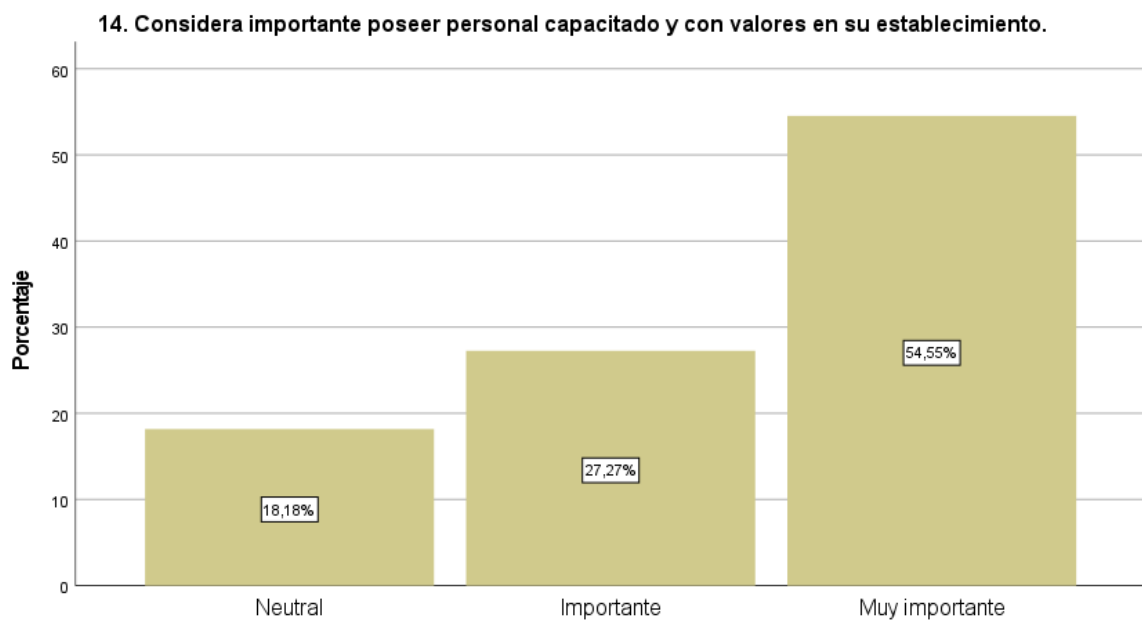
14. Considera importante poseer personal capacitado y con valores en su establecimiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	2	18,2	18,2	18,2
	Importante	3	27,3	27,3	45,5
	Muy importante	6	54,5	54,5	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 38 Personal capacitado**



14. Considera importante poseer personal capacitado y con valores en su establecimiento.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 49 Actividades turísticas en la comunidad**

15. Considera importante involucrar a la comunidad a las actividades turísticas del cantón.

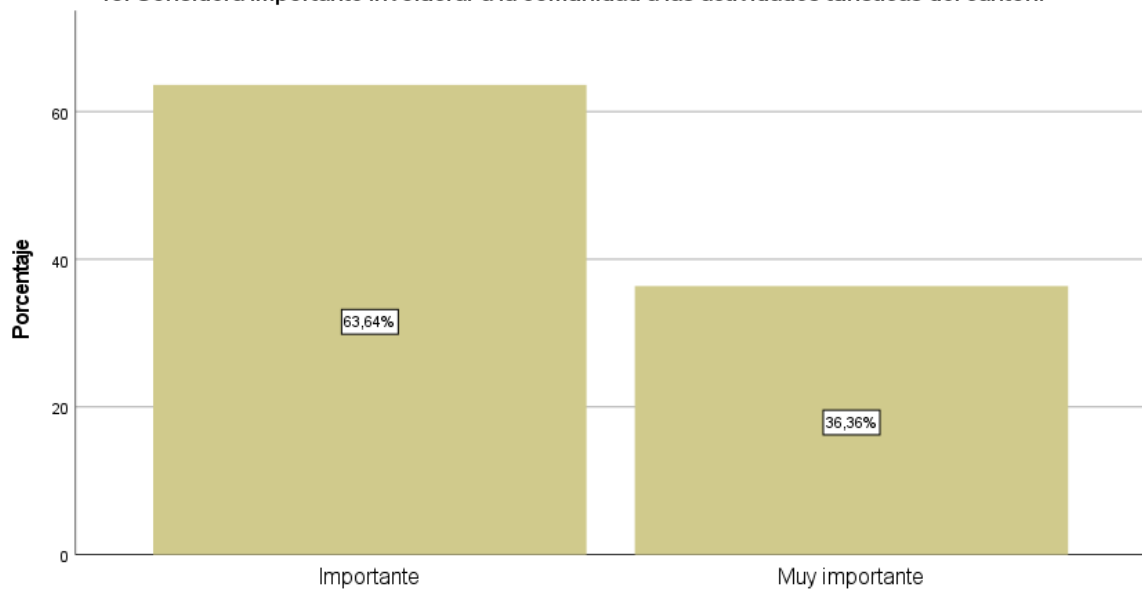
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	7	63,6	63,6	63,6
	Muy importante	4	36,4	36,4	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 39 Actividades turísticas en la comunidad**

15. Considera importante involucrar a la comunidad a las actividades turísticas del cantón.



15. Considera importante involucrar a la comunidad a las actividades turísticas del cantón.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 50 Actividades de capacitación**

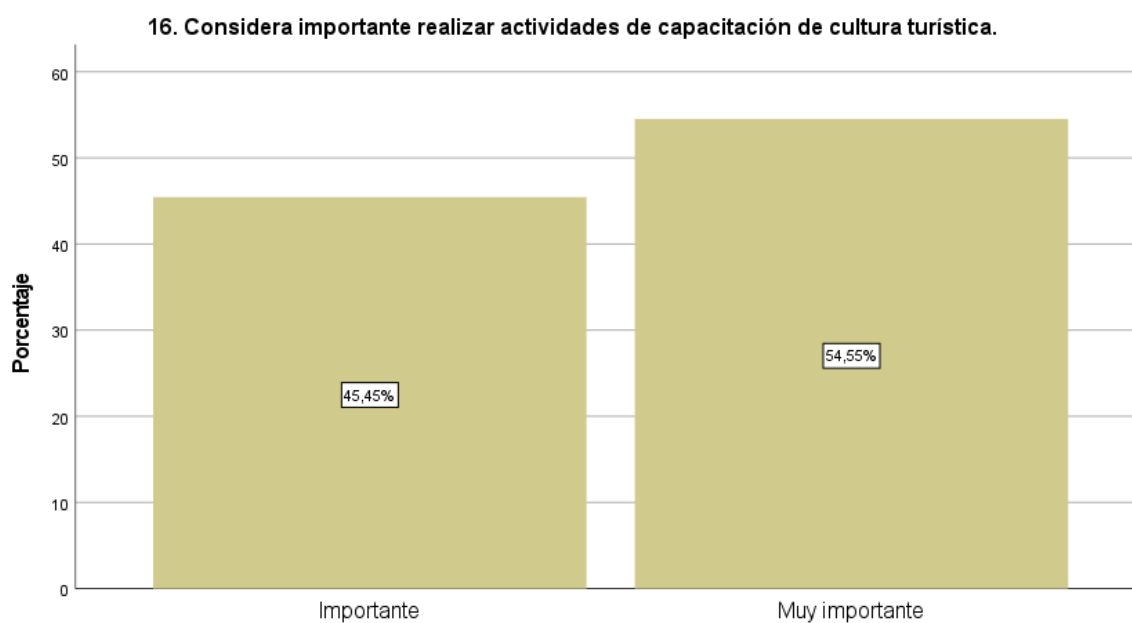
16. Considera importante realizar actividades de capacitación de cultura turística.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	5	45,5	45,5	45,5
	Muy importante	6	54,5	54,5	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 40 Actividades de capacitación**



16. Considera importante realizar actividades de capacitación de cultura turística.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 51 Mejora continua**

17. Considera importante la mejora continua en la organización de su establecimiento.

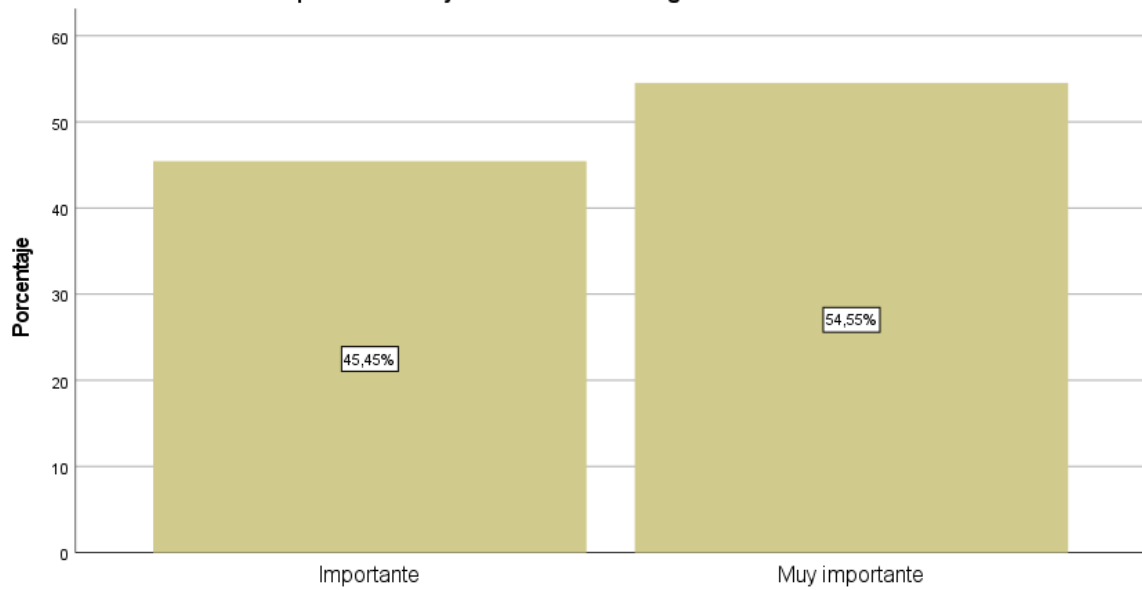
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	5	45,5	45,5	45,5
	Muy importante	6	54,5	54,5	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 41 Mejora continua**

17. Considera importante la mejora continua en la organización de su establecimiento.



17. Considera importante la mejora continua en la organización de su establecimiento.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Tabla 52 Comunidad local**

18. Considera importante involucrar a la comunidad local como parte de organización del sector turístico del cantón.

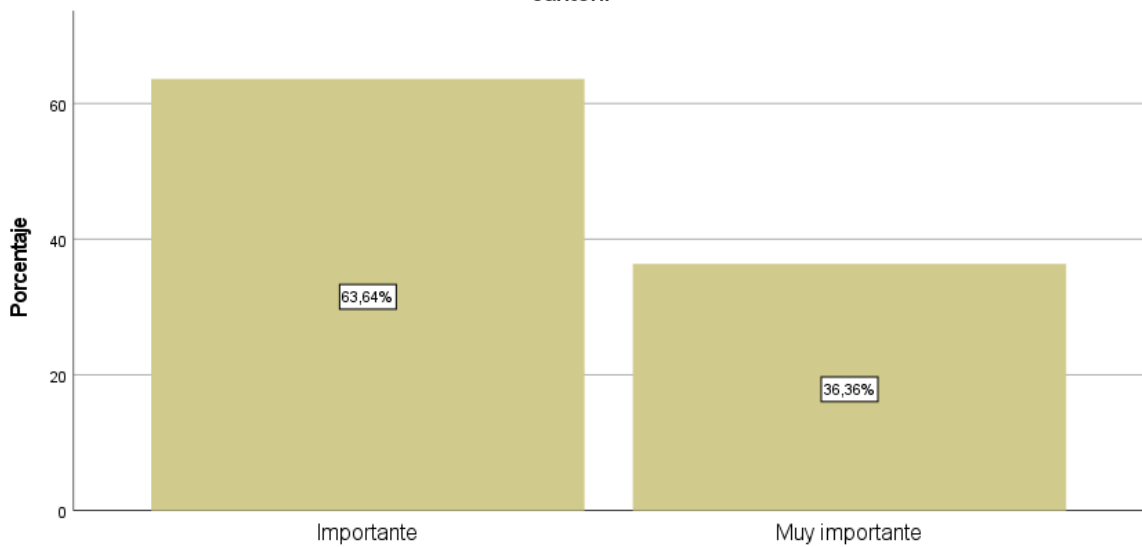
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	7	63,6	63,6	63,6
	Muy importante	4	36,4	36,4	100,0
	Total	11	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

**Gráfico 42 Comunidad local**

18. Considera importante involucrar a la comunidad local como parte de organización del sector turístico del cantón.



18. Considera importante involucrar a la comunidad local como parte de organización del sector turístico del cantón.

**Fuente:** Encuestas aplicadas, 2023

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica, (2024)

## ANEXOS FOTOGRÁFICOS

### Anexo 7: Evidencia fotográfica 1

#### Ilustración 11

##### Evidencia fotográfica 1



**Fuente:** Lugar de recopilación de datos 2024

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica

### Anexo 8: Evidencia fotográfica 2

#### Ilustración 12

##### Evidencia fotográfica 2



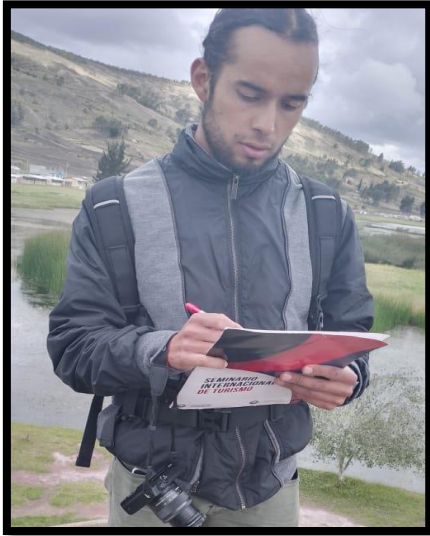
**Fuente:** Lugar de recopilación de datos 2024

**Elaborado por:** Tayupanda Jessica

**Anexo 9:** *Evidencia fotográfica 3*

**Ilustración 13**

*Evidencia fotográfica 3*



**Fuente:** Recopilación de datos 2024  
**Elaborado por:** Tayupanda Jessica

**Anexo 10:** *Evidencia fotográfica 4*

**Ilustración 14**

*Evidencia fotográfica 4*



**Fuente:** Recopilación de datos 2024  
**Elaborado por:** Tayupanda Jessica

**Anexo 11:** *Evidencia fotográfica 5*

**Ilustración 15**

*Evidencia fotográfica 5*



**Fuente:** Recopilación de datos 2024  
**Elaborado por:** Tayupanda Jessica