

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

Tema: “La oferta de servicios turísticos y la demanda turística de las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo”

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del
título de Licenciado en Turismo

AUTOR: Cisneros Escobar Walmore Francisco

TUTOR: Ing. Chandi Yépez Alonso Javier, MSc.

Tulcán, 2023.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que el estudiante Cisneros Escobar Walmore Francisco con el número de cédula 1728788066 ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "La oferta de servicios turísticos y la demanda turística de las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo"

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva

Ing. Chandi Yépez Alonso Javier MSc.

TUTOR

Tulcán, julio de 2023

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciado en la Carrera de Turismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales

Yo, Cisneros Escobar Walmore Francisco con cédula de identidad número 1728788066 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Walmore

Cisneros Escobar Walmore Francisco

AUTOR

Tulcán, julio de 2023

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Cisneros Escobar Walmore Francisco declaro ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "La oferta de servicios turísticos y la demanda turística de las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.

Walmore

Cisneros Escobar Walmore Francisco

AUTOR

Tulcán, julio de 2023

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente, también a los docentes de la carrera de Turismo quienes impartieron su conocimiento día a día.

Un agradecimiento especial a todas las personas que conocí durante mi formación académica y fueron parte de ella, gracias a todos.

Finalmente, gracias mijos por las experiencias dadas en esta ciudad.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo investigativo a mis padres Luis Cisneros, Margarita Escobar y a mi hermano Ronny, quienes fueron el pilar importante para poder culminar esta meta, gracias por su apoyo incondicional, moral y por cada palabra de aliento para poder seguir adelante, nada de esto sería posible sin ustedes, Gracias por todo.

ÍNDICE

RESUMEN.....	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN	14
I. EL PROBLEMA.....	15
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	17
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	18
1.4.1. Objetivo General	18
1.4.2. Objetivos Específicos	18
1.4.3. Preguntas de Investigación	18
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	20
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
2.2. MARCO TEÓRICO	24
2.2.1. Oferta.....	24
2.2.2. Demanda turística	30
III. METODOLOGÍA	36
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	36
3.1.1. Enfoque	36
3.1.2. Tipo de Investigación.....	37
3.2. IDEA A DEFENDER	38
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	38
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.....	41
3.4.1. Métodos.....	41
3.4.2. Técnicas.....	42

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	44
3.5.1. Población y muestra	44
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	47
4.1. RESULTADOS	47
4.2. DISCUSIÓN.....	75
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	78
5.1. CONCLUSIONES	78
5.2. RECOMENDACIONES	80
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81
VII. ANEXOS.....	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura.....	27
Tabla 2. Clasificación de guías de turismo en el Ecuador.....	28
Tabla 3. Clasificación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Ecuador ..	29
Tabla 4. Variable independiente: Oferta de servicios turísticos.....	39
Tabla 5. Variable dependiente: Demanda turística	40
Tabla 6. Establecimientos y prestadores San Luis de Guachalá y Cuniburo.	45
Tabla 7. Entidades y responsables del sector público del cantón Cayambe	45
Tabla 8. Establecimientos de alojamiento turístico	47
Tabla 9. Servicio de guianza turística	48
Tabla 10. Recreación turística cultural	49
Tabla 11. Recreación turística natural.....	50
Tabla 12. Servicio de restauración.....	51
Tabla 13. Entrevistado técnico municipal jefe departamental unidad de turismo.....	54
Tabla 14. Entrevistada técnica municipal desarrollo turístico	55
Tabla 15. Entrevistada técnica municipal promoción turística	58
Tabla 16. Entrevistada técnica municipal asistente desarrollo turístico	59
Tabla 17. Ficha de alojamiento turístico.....	89
Tabla 18. Ficha de guianza turística	91
Tabla 19. Ficha de recreación turística	92
Tabla 20. Ficha de restauración.....	97
Tabla 21. Ficha de alojamiento turístico.....	99
Tabla 22. Ficha de guianza turística	100
Tabla 23. Ficha de recreación turística	101

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Clasificación de la demanda turística	34
Figura 2. Zona de estudio San Luis de Guachalá	52
Figura 3. Zona de estudio Cuniburo.....	53
Figura 4. Datos generales	61
Figura 5. Motivo de visita	63
Figura 6. Servicios turísticos	65
Figura 7. Promoción servicios turísticos	66
Figura 8. Análisis zonas de estudio alojamiento	67
Figura 9. Análisis zonas de estudio guianza.....	69
Figura 10. Análisis zonas de estudio recreación turística	72
Figura 11. Análisis zonas de estudio restauración	73
Figura 12: Entrevista técnica de promoción turística	114
Figura 13: Asistente técnica de desarrollo turístico	114
Figura 14: Entrevista técnica de desarrollo turístico	114
Figura 15: Encuesta Comunidad San Luis de Guachalá	115
Figura 16: Encuesta de la oferta de servicios turísticos	115
Figura 17: Encuesta de demanda turística Comunitaria	115
Figura 18: Encuesta sobre la demanda de San Luis.....	116
Figura 19: Encuesta prestadores de servicios turísticos	116
Figura 20: Encuesta prestador de restauración San Luis.....	116
Figura 21: Encuesta dirigida prestador guianza turística	117
Figura 22: Establecimientos de recreación turística	117
Figura 23: Encuesta en la comunidad de Cuniburo	117
Figura 24: Encuesta establecimientos de Cuniburo	118
Figura 25: Encuesta población Cuniburo y servicios	118
Figura 26: Encuesta fincas agroecológicas Cuniburo	118

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC	87
Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas	88
Anexo 3. Fichas de levantamiento de información	89
Anexo 4. Entrevista dirigida a los técnicos de la unidad de turismo	104
Anexo 5. Encuesta de la demanda turística de las zonas geográficas.....	105
Anexo 6. Incidencia de la oferta de servicios turísticos y la demanda turística.....	108
Anexo 7. Entrevistas y encuestas de las zonas geográficas investigadas.....	114

RESUMEN

Debido a la limitada oferta de servicios turísticos en las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo, parroquia Cangahua, cantón Cayambe, generan un subdesarrollo turístico, lo que provocan una escasa demanda turística, la investigación se realizó acorde a las variables de estudio, oferta de servicios turísticos y demanda turística, las cuales responden con una metodología de tipo cualitativa comparativa, descriptiva analizando la información directamente de la fuente de estudio; los resultados teóricos y estadísticos interpretados a medida que van respondiéndose las interrogantes de la investigación. La población y muestra seleccionada fue: entidades públicas del cantón, prestadores de servicios turísticos y turistas nacionales, extranjeros y locales quienes compartieron información acerca de las actividades, proyectos y planificaciones que se realizaron con ayuda de organizaciones y la comunidad en general, fortaleciendo y aprovechando espacios de ocio en beneficio al turismo y el crecimiento económico local comunitario. Finalmente, se puede concluir que ambas comunidades poseen una gran diversidad natural y cultural turística, no obstante, no son similares en las actividades ofertadas y demandadas debido a la cantidad de establecimientos presentes en cada uno de los destinos.

Palabras Claves: oferta, oferta de servicios turísticos, demanda turística

ABSTRACT

The limited offer of tourist services in the communities of San Luis de Guachalá and Cuniburo, Cangahua parish, Cayambe canton, has generated a tourist underdevelopment and therefore a low tourist demand. This research was carried out according to the variables, service offerings and tourist demand, which respond to a comparative qualitative and descriptive methodology that analyse the information directly from the source. The theoretical and statistical results were interpreted as the research questions were answered. The population and sample selected were canton public entities, tourism service providers, national and foreign tourists. All of them shared information about the activities, projects and plans that are carried out with the help of organizations and the community in general, whose objective is to strengthen and take advantage of leisure spaces for the tourism benefits and local community economic growth. Finally, it can be concluded that both communities have a great natural and cultural tourist diversity, however, they are not similar because the number of establishments, and the offered and demanded activities which they provide are different.

Keywords: offer, tourism service offer, tourism demand

INTRODUCCIÓN

La oferta de servicios turísticos es un conjunto de actividades que se presentan de forma tangible e intangible a las personas dentro de un territorio geográfico. De la misma manera estos espacios destinados para el ocio, negocio y turismo comunitario van relacionados con la demanda turística por la adquisición y uso de estos atendiendo sus necesidades y distracción para los actores receptores.

La oferta de servicios turísticos cuenta con cinco dimensiones las cuales son: alojamiento, restauración, guianza, atractivos turísticos, transporte turístico y operación e intermediación. Estas dimensiones permiten indagar dentro de una zona geográfica para determinar un segmento, capacidad o cobertura de actividades turísticas.

La presente investigación se desarrolló en siete capítulos, los cuales se detallan de la siguiente manera: El capítulo I presenta la problemática del informe con el planteamiento del problema evidente de forma, macro, meso y micro, formulando así una problemática a solucionar y justificar el porqué de la pregunta a través de objetivos y preguntas de investigación.

El capítulo II despliega la fundamentación teórica del informe con antecedentes investigativos y fundamentación bibliográfica para el marco teórico sustentando las variables de estudio.

El capítulo III hace referencia a la metodología planteando un enfoque de investigación, tipo de investigación e idea a defender, ejecutando la operacionalización de variables con un método y un análisis estadístico de la zona estudiada.

El capítulo IV refleja los resultados obtenidos por medio de los instrumentos elaborados y una discusión de estos.

El capítulo V manifiesta las conclusiones y recomendaciones de la investigación elaborada, dando respuesta al problema y objetivos ejecutados.

Los capítulos VI y VII plasman las fuentes bibliográficas que permitieron el sustento del informe y los anexos son las evidencias de las actividades realizadas.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo en el Ecuador es un ente que organiza y planifica espacios de dispersión que fortalecen la economía a través de actividades generadas por sectores y gestores sociales para un subdesarrollo nacional, "en este sentido, los prestadores de servicios pasan desapercibidos dentro del territorio de manera que sus actividades no son demandadas por los consumidores locales, por lo tanto, estos buscan actividades fuera del entorno para así atender sus necesidades" (Báez, 2016). Del mismo modo, el diseño de proyectos con carácter productivo y económico, generan una limitada dispersión de escenarios y entes turísticos con sus propios medios y recursos para impulsar servicios que integren directamente a la comunidad para obtener colectividad y organización comunitaria.

Pese al compromiso junto del ministerio de turismo y el gobierno autónomo en función al desarrollo de proyectos con direcciones de crecimiento económico a través de la oferta de servicios que son demandados por consumidores locales e internacionales, no existen espacios diferentes para realizar actividades de ocio, puesto que no se han fortalecido adecuadamente establecimientos turísticos y brindando así escenarios habituales para los visitantes de tal manera que no favorecen al crecimiento económico, ni mejoran las condiciones de vida social de las comunidades y poblaciones aledañas de tal forma que deben emplear sus propios medios y recursos para crear fuentes de empleo en beneficio del territorio (Ministerio de Turismo, 2018).

Por otro lado, la pernoctación de visitantes locales e internacionales dentro del territorio de pichincha por su zona geográfica buscan espacios de participación de actividades recreativas educativas, científicas, académicas y voluntarias entre los diferentes sectores públicos y privadas para optar en el mejoramiento de los servicios turísticos debido a condiciones de desventaja frente a bienes y actividades lúdicas destinadas al turismo (Quillupangui, 2019).

En vista de que las actividades se han generado dentro del territorio, un objetivo de los ejes de mejoras de la provincia de Pichincha, con relación a su demanda contempla como política sectorial, posicionar a la provincia como un territorio megadiverso, intercultural, multiétnico y sostenible en el mercado turístico nacional de tal manera se fomenta en turismo receptivo con competitividad en los bienes y servicios turísticos de forma directa y prioritaria (Quillupangui citada en Senplades, 2017, p.15).

De acuerdo con el plan de desarrollo y ordenamiento territorial de cantón Cayambe (PDOT) la demanda turística de visitantes extranjeros en una encuesta realizada por Quito turismo en el año 2016, en un índice de 2500 visitantes eligen a Cayambe como un destino turístico de importancia, sin embargo, los servicios que se ofrecen deben mejorar la eficacia de bienes, actividades y productos turísticos que ofertan el sector (GADIP Cayambe, 2020, pp. 56-57).

Finalmente, el turismo en el cantón se evidencia dentro de los destinos que cuenta con un potencial característico, como el nevado Cayambe, las cascadas de Cariacu, la casa del venado, donde no se brindan servicios ideales con la calidad que necesite el visitante, además existen destinos de importancia para el cantón como son las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo, pertenecientes a la parroquia Cangahua, provincia de Pichincha (Acosta, 2013) afirma:

Estos destinos cuentan con servicios, recursos, atractivos, infraestructura y productos turísticos que no han sido elementos de investigación como sus servicios turísticos que brindan las comunidades donde establecer acciones de mejoras de los productos turísticos de manera que permitan establecer metodologías y planificaciones adoptadas a la realidad local para el impulso de la oferta turística.

El análisis de estos servicios permite brindar una adecuada calidad y eficacia de los servicios a los visitantes atendiendo las necesidades y expectativas que favorezcan a los recursos y atractivos que cuentan las comunidades para el mejoramiento de su oferta y demanda turística comunitaria, cuantificando la afluencia de visitantes de estos destinos para considerarlos productos turísticos estrellas y que no sean reconocidos como destinos de paso o atracción, sino posicionar y dinamizar la economía dentro de las comunidades contribuyendo el proceso de la calidad de vida de los pobladores y la potencialización del turismo comunitario.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La limitada oferta de servicios turísticos en las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo, parroquia Cangahua, cantón Cayambe, generan un subdesarrollo turístico, lo que provocan una escasa demanda turística en el periodo mayo 2022 – agosto 2022.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La actividad turística se desarrolla en diferentes destinos del Ecuador y la economía generada por las actividades turísticas permitiendo crear escenarios de empleo para reducir índices de migración y pobreza debido a los cambios que se realizan en la zona con mejoras del sector y con la participación de locales en actividades de servicios comunitarios con actividades de crecimiento que favorecen de manera continua a los productos y experiencias elaboradas de acuerdo al segmento y perfil del turista con mayor exigencia y requerimientos acordes a lo que se ha ofertado (Tutillo y Yugsi, 2020, p.25).

La investigación será de mayor importancia donde realizara un análisis acerca de la oferta de servicios turísticos que brindan las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo, mediante el cual favorece al fortalecimiento de la oferta de estas comunidades quienes tienen que atender las necesidades de visitantes que pernotan a estos destinos. Además, esto permitirá que los atractivos naturales y culturales de la zona se potencialicen para su puesta en marcha y expansión de demás servicios que sean capaces de atraer al visitante local o internacional evidenciándose a través de la demanda turística y la mayor afluencia de turistas promoviendo el subdesarrollo de los servicios turísticos de las comunidades: como lo es el transporte, alojamiento, guianza, alimentación, recreación e intermediación.

La labor turística de las comunidades se presenta de manera ascendente donde las actividades que se realizan favorecen a los servicios fomentando a generar una mayor demanda esta zona (Santamaría y López, 2019).

De esta manera la relación de servicios y bienes que completan la planta turística permite que prestadores de servicios, socios y emprendedores logren beneficiarse de esta actividad que organiza, planifica y estructura estrategias para captar la demanda con actividades lúdicas y sociales realizadas por las comunidades, creando espacios de ocio y así sean en función al mejoramiento local, comunitario y sostenible de la zona.

Las zonas objeto de estudio, tienen un gran potencial natural y cultural, sin embargo, la información recabada dentro de la investigación hará una síntesis de los servicios que estos brindan permitiéndoles mejorar, adecuar o implementar acorde a la necesidad que se presente en la ejecución de sus productos y programas turísticos con el propósito de brindar adecuadamente los servicios y actividades en función al mejoramiento del subdesarrollo turístico local y su demanda.

Los estudios que se realizarán dentro de las comunidades permitirán que los beneficiarios directos sean locales quienes son los que brindan estos servicios y están en contacto con el visitante, también dentro de este destino serán beneficiarios indirectos entidades públicas, privadas, comunidades aledañas que impartan sus actividades de ocio y recreación.

El turismo es un espacio el cual permite crear escenarios y momentos donde son participes terceros con la intención de ejecutar actividades de recreación y ocio en su debido tiempo y espacio.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar la oferta de servicios turísticos y la demanda turística de las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo.

1.4.2. Objetivos Específicos

1. Fundamentar bibliográficamente las variables de estudio oferta de servicios turísticos y la demanda turística para el sustento de la investigación.
2. Diagnosticar la oferta de servicios turísticos de las comunidades objeto de estudio.
3. Determinar la demanda de los servicios turísticos que brindan las zonas de investigación.
4. Definir la incidencia de la oferta de servicios turísticos en la demanda turística de las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo.

1.4.3. Preguntas de Investigación

1. ¿Cómo se define la oferta de servicios turísticos y la demanda turística?
2. ¿Cuáles son los servicios turísticos que se ofertan en las comunidades objeto de estudio?

3. ¿Cuál es la demanda que presentan los servicios turísticos de las zonas de investigación?
4. ¿Cuál es la incidencia de la oferta de servicios turísticos en la demanda turística de las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

La recopilación de revistas y libros acerca de la oferta de servicios y la demanda turística, permiten realizar síntesis de información adquirida para cuantificar el alcance de cada una de ellas, a través de autores e investigadores en función al mejoramiento de servicios y la demanda turística en diferentes zonas que contribuirán al estudio de su oferta y demanda de servicios turísticos dentro las comunidades estudiadas.

Según Moya y Brenes (2014) en la publicación del artículo científico oferta de servicios turísticos presente en el cantón de San Ramón, Alajuela Costa Rica, realizan estudios sobre los servicios turísticos quienes identifican un total de 79 proyectos que están distribuidos por 13 distritos del lugar.

En cada proyecto registrado se analiza la ubicación geográfica, tipo de propietario y sostenibilidad con la finalidad de analizar sus categorías las cuales son: alojamiento, alimentación, recorridos, recorridos de aventura y otros servicios turísticos, dando como resultado proyectos de tipo familiar financiados con su propio presupuesto para la ejecución de dicho proyecto.

La metodología comprendió tres etapas, etapa 1: identificación el equipamiento turístico, etapa 2 visita, georreferenciación y recolección de información y finalmente la etapa 3: análisis y procesamiento de la información. Sin embargo, el territorio tiene gran diversidad de proyectos, pero esto trae consigo problemáticas debido a la zona geográfica donde se encuentran ubicados motivos el cual no les permite generar un desarrollo turístico a la zona.

Finalmente concluye que las entidades públicas deben asumir procesos de gestión y organización hacia el posicionamiento de este lugar como un destino de interés y turístico.

Los investigadores López y Pacheco (2019) en su revista la calidad y servicios turísticos en la parroquia de Salinas de Guaranda, provincia de Bolívar con su objetivo general identifica de qué manera la calidad influye en los servicios turísticos ofertados en la

parroquia Salinas de Guaranda. Empleando una metodología cualitativa mediante el programa SPSS para analizar la fiabilidad de las variables indicando de la mala infraestructura existe dentro de la zona hace que los visitantes tengan que salir al poblado más cercano para hospedarse y que su estancia dentro del lugar es solo por compras y recreación.

Menciona el autor es necesario que el GAD parroquial y los centros de turismo comunitario trabajen juntamente por las necesidades de turistas y visitantes para brindar adecuadamente una prestación. Además, estos servicios ofertados han tenido una acogida positiva puesto que han generado fuentes de empleo a través de emprendimientos que permiten generar economía local para toda la población.

Finalmente, el desarrollo de programas dirigidos a los prestadores de servicios para que logren brindar soluciones a las problemáticas y de esta manera logren tener mayor afluencia turística garantizando el servicio prestado.

La investigación realizada por Guilcapi (2020) Calidad y oferta de los servicios turísticos comunitarios Chakana lodge parroquia San Juan, cantón Riobamba. El cual presenta su objetivo general, identificar la relación de la calidad con la oferta de los servicios turísticos comunitarios, además aplico una metodología de tipo documental que contribuye al diseño de instrumentos de investigación para su análisis y aplicación de cuestionarios para colaboradores de Chakana lodge y clientes.

La hipótesis planteada y la aplicación de diseños de investigación de tipo descriptiva y correlacional – causal, con instrumentos que le permitieron evidenciar la relación que tiene la calidad con la oferta de servicios turísticos y entender la problemática de estudio. Dando como resultado en la hipótesis la calidad y la oferta de servicios turísticos comunitarios, no se relacionan, pero cuentan con una correlación positiva muy baja, es decir que, si se mejora la calidad de los servicios turísticos comunitarios, estas podrían tener una relación entre sí. Finalmente, los procesos no poseen una relación con la oferta de servicios turísticos comunitarios dentro de Chakana lodge.

La investigación de Tutillo y Yugsi (2020) los servicios turísticos comunitarios para el fortalecimiento de la oferta turística en el cantón Cayambe, con el objetivo de analizar los servicios turísticos comunitarios con la finalidad de desarrollar una propuesta que permita fortalecer la oferta turística en el cantón. En esta investigación se planteó una metodología aplicada de campo, experimental, explicativa y descriptiva con enfoques cualitativa y cuantitativo con resultados obtenidos donde

le permitieron plantear mejoras en el servicio e infraestructura de los establecimientos, por lo que propuso un plan de mejora como: establecimientos de capacitación para las diferentes áreas y proyectos tomando en cuenta la información específica sobre cada uno de los servicios dados e intervenir para la solución de problemáticas.

Finalmente, las conclusiones que se han realizado mediante el diagnóstico de las comunidades de Cariacu, Chumillos, La Chimba, Guachalá, Paquiastancia, Pesillo, Otón pertenecientes al cantón Cayambe mediante el análisis general de los servicios y la oferta turística del sector con el propósito de conocer la perspectiva de los directivos comunitarios o población y turistas que visitan la zona.

Luego de interpretar esta información con la metodología aplicada demostró que estas zonas tienen servicios turísticos como: alojamiento, alimentos y bebidas, transporte y guianza. Estos establecimientos funcionan de forma empírica mediante esta observación se opta por proponer un plan de mejoras el cual permita a cada uno de los establecimientos actualizar sus conocimientos de acuerdo con la actividad turística comunitaria.

En la revisión de fuentes bibliográficas para la oferta de servicios presenta el autor Venegas (2020) considera la calidad y servicios turísticos en el cantón Penipe, provincia de Chimborazo; estudió y realizó una evaluación de la influencia de la calidad en los servicios turísticos en el cantón, el cual utilizó instrumentos para recabar información de establecimientos turísticos y proyectos comunitarios arrojando en sus resultados; las actividades son buenas en función a la actividad turística y se evidencia que es necesario contar con planes estratégicos para hacer énfasis a los productos turísticos y la oferta con el fin de identificar los elementos que se conforman y relacionan entre sí dentro del cantón Penipe.

Según Luna (2021) realizó un análisis de los servicios turísticos en la ruta del río del cantón Quevedo en el año 2020, planteo como objetivo general solicitar un plan de ejecución para el uso adecuado del servicio turístico en la ruta del río cantón Quevedo, quien planteando una metodología cualitativa logra identificar con técnicas e instrumentos situaciones que permiten analizar acerca de un registro de servicios que estén cerca de visitantes y residentes. De esta manera plantea el autor potencializar y ofertar estos servicios para conseguir un mayor alcance de visitantes potenciales en este destino.

También, menciona sobre soluciones para el desarrollo local con una matriz DAFO con ideas que son concretadas para la reactivación de este destino, finalmente este tipo de investigación de servicios turísticos agrupa actividades en relación para dar una adecuada satisfacción al turista.

La oferta y demanda, es una relación que va encaminada a mejorar todo tipo de aspectos sociales, demográficos y económicos, así como de diferentes destinos de tal manera que se planea en la revista por los autores Trueba, Avalos, Hormaza, y Rodríguez (2020) sobre: el análisis de la oferta del atractivo turístico: Playa San Lorenzo. El diseño de la investigación escogida fue no experimental, para recolectar información sobre el perfil, la satisfacción y percepción sobre los servicios y aspectos como la infraestructura, costos y conservación ambiental, entre otros. Llegando a la conclusión que la gestión, la información turística, accesibilidad y servicios de ocio y recreación necesitan ser mejorados para lograr una mayor oferta y demanda que impulse el turismo en la parroquia y promueva el flujo de turistas en la zona.

Serrano, Freire, y Villafuerte (2018) el estudio y aplicación de indicadores turísticos en la oferta y demanda turística por periodos de tiempo en la ciudad de Cuenca – Ecuador. El cual ha planteado un análisis de variables de la oferta como las plazas disponibles, noches de hospedaje, segmento de huéspedes, mientras que en el caso de la demanda se analizan indicadores, tales como comportamiento del visitante nacional y extranjero, aspectos lugares mayormente visitados.

Se ejecuto una metodología cuantitativa, descriptiva como herramienta para describir la perspectiva de la afluencia de visitantes hacia ese destino, de esta forma llega a la conclusión que se deben generar soluciones en cuanto al ámbito turístico y tener una participación con la academia para que se realice investigaciones en cuanto a la oferta y demanda turística de esta ciudad.

Según Tulcán (2019) en su investigación de tesis: la oferta y demanda turística de las comunidades de El juncal, Carpuela, el Ramal y Chota, parroquia de Ambuquí, Imbabura, analizan la oferta y demanda de las comunidades de estudio de tal manera que contribuyen con el inventario de los servicios que cuentan las zonas de estudio para el diagnóstico de estas y así diseñar un catálogo de los sitios turísticos.

Su aplicación metodología cualitativa y cuantitativa con una ficha de observación en los establecimientos turísticos haciendo una comparación de los mismos para la identificación de la oferta turística de las comunidades, llegando a la conclusión que

los prestadores de servicios ofertan sus actividades en forma de emprendimientos comunitarios sin embargo, menciona que la frecuencia de turista en las zonas ha disminuido debido a la construcción de la panamericana y por ende no cuenta con una gran demanda de turistas en la zona.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Oferta

La oferta es la agrupación de bienes y servicios que son destinadas a brindar a un grupo de visitantes dentro de un destino integrando componentes como: los atractivos, actividades la planta e infraestructura turísticas ideales según (Escalona, Peña, y Hiriarte, 2012) determinan componentes que se interaccionan entre si como un complemento innovador e importante para dinamizar la economía y el subdesarrollo turístico. Por su parte (Cánovas, 2017) afirma que es: "un conjunto de servicios y productos que son destinados para un consumidor dentro del destino para satisfacer las expectativas de los visitantes durante la experiencia turística brindada por la zona o destino elegido". (p.153)

Estos servicios son brindados por locales de la zona que operan con relación a cumplir estos acontecimientos y expectativas a través de bienes y servicios. Además, denomina como "conjuntos de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario, considerando que no puede recibir un uso no turístico por parte de los residentes o turistas que estén afines a la actividad" (Godoy, 2020, p.54). Estos análisis se brindan acorde a un precio dado o un periodo establecido.

2.2.1.1. Oferta turística

La oferta es el producto servicio que se brinda en un destino, plaza o mercado hacia un posible consumidor con un costo determinado. Boullón (2006) así también afirma que se determina lugares para ofrecer integrando servicios que suministran elementos de la planta turística y por determinados bienes no turísticos. Además, cabe mencionar que esta actividad de evolución y análisis necesita que el viajero tenga conocimiento acerca del producto, bien o servicio turístico para que cuente con una oferta y demanda establecida de los servicios que preste la zona.

Además, Mejía y Bolaño (2014) citan a Rodríguez (2006) quienes reconocen características de la oferta turística como:

- a. La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados los consumidores hacia ese lugar dado que deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.
- b. Los recursos turísticos son atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado, si no son puestos en valor con una utilidad de ser aprovechados. (p.142)

La oferta turística es el conjunto de productos y servicios asociados a un espacio geográfico y socio cultural que posee un determinado valor puesto a disposición del público en un mercado competitivo (Mejía y Bolaño, 2014).

La oferta turística combina los servicios y productos presentes en el destino para la consideración de un cliente que desea realizar un viaje, consiguiendo consigo una experiencia única y satisfactoria durante su estancia. (Naranjo y Martínez, 2022) es necesario planificar programas en relación con servicios y paquetes que permiten identificar al consumidor final del producto para su disfrute y consumo. (p.406)

2.2.2.2. Servicios turísticos

Los servicios turísticos son denominados actividades que se evidencia la relación entre una actividad socio económica y una corriente turística, esta puede ser el transporte, hospedaje, enseñanzas, elementos que generan desplazamientos de transeúntes con propósitos de deseos y motivaciones (Antonietti, 2017, p.1).

Por el contrario, Boullón (2006) afirma: los servicios son inmateriales e intangibles, puesto que, si todos los materiales que integran un producto son inadecuados, el visitante juzgara ese servicio. La estrategia para establecer si el producto turístico es adecuado para el comensal es brindar una imagen y experiencia inolvidable que busque satisfacer el deseo que este busque, a través de un buen servicio y calidad en el producto que se está brindando.

Según Bedoya (2014) cita a Editorial vértice (2014) quienes afirma que: los servicios turísticos cumplen con una parte de características que lo hacen especialmente difícil de medir de esta forma se puede decir que el turista puede ir tanto en un tren como en un avión o barco, pero lo que en realidad se valora es el servicio el factor adicional que ocasionalmente va más allá del asiento de medir de transporte o el de su velocidad sino un cumulo de percepciones que el turista aquera un grado de apreciación que va vinculando con la tranquilidad y seguridad del transporte utilizado. (p.42)

2.2.2.3. Oferta de servicios turísticos

La oferta turística de una zona o región se compone de la organización de bienes y servicios que los oferentes proporcionan en función a las necesidades de los clientes. (Pico, Suárez, y Tomalá, 2017) Estos comprenden aquellas atenciones y productos tangibles o intangibles en un lugar determinado fuera de su ámbito natural.

Además, La oferta de servicios turísticos es el conjunto de actividades tendientes a producir prestaciones de bienes y servicios ofrecidos al mercado turístico que satisfagan las necesidades del turista dando un acercamiento y uso de los bienes turísticos (Pretelt, 2018).

La oferta de servicios turísticos se considera un elemento de bienes y servicios que se derivan a la oferta de la prestación de servicios de un establecimiento, estos pueden ser, alojamiento, alimentación, transporte, entre otros, la oferta está constituida por actividades que integran indirectamente hacia el sector turístico. (Manobanda, 2015, cita a Montaner, 1998) "Las actividades están relacionadas con la oferta de servicios turísticos a través de las experiencias que se brindan dentro de estos servicios que son adquiridos por turistas".

Según Editorial Vértice (2008) afirma: La motivación y el consumo de los servicios turísticos esta dado en establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas. Estos servicios motivan a los consumidores a adquirir un determinado tipo de servicio cuando existe un tiempo de ocio determinado; permitiendo adquirir ese producto y convirtiéndolo así en motivación de compra. Las motivaciones de compra de productos o servicios son relacionadas directamente con el campo de la psicología, donde se justifica el comportamiento del consumidor a adquirir esa necesidad.

Según Ignacio (2013) afirma que: Una nueva oferta de servicios turísticos es todo lo que sea digital. Esta información obtiene un gran alcance por la red como actividad de información tecnológica que utiliza para la comercialización de viajes y estancias por medios digitales y tele comunicacionales de un lugar determinado (p.83). Un nuevo mercado intangible que le permite al territorio ofertar un espacio con características novedosas de acceso directo e intercambios hacia nuevos mercados a través de un método virtual.

Por el contrario Bedoya (2014) afirma que el producto turístico cuenta con ventajas derivadas de factores externas al propio sistema de la empresa añadiendo un valor agregado, los esfuerzos de ofertar establecimientos de alojamiento, restauración

para atraer independientemente a los turistas dependerán de la zona geográfica en la que este se encuentre. Los servicios turísticos se definen con dimensiones como: el producto turístico, el precio del producto turístico, y los establecimientos turísticos que consideran la medida de calificar y buscar la viabilidad de integrar componentes para su estructura y funcionamiento como un producto independiente de las actividades turísticas. Una zona brinda centros recreativos que configuran áreas de gran extensión en las cuales se ubican de forma integral las actividades propias de los paquetes temáticos de atracciones de carácter recreativo o cultural. Antonietti (2017) afirma: Indicadores de la oferta de servicios turísticos.

- Establecimientos de alojamiento
- Servicio de guianza turística
- Establecimientos de información turística
- Recreación turística
- Establecimiento de restauración
- Servicio de transporte
- Servicio de operación e intermediación
- Establecimiento de alojamiento

“El alojamiento constituye un factor determinante en la experiencia de viaje, medición de satisfacción de los turistas y posicionamiento de los diferentes destinos turísticos del Ecuador” (Ministerio de Turismo, 2016, pp.1-2). Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura. Los establecimientos de alojamiento turístico según la clasificación del Ministerio de Turismo (2016):

Tabla 1. Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura

Establecimiento	Nomenclatura
Hotel	H
Hostal	HS
Hostería	HT
Hacienda turística	HA
Lodge	L
Resort	RS
Refugio	RF
Campamento turístico	CT
Casa de huéspedes	CH

Fuente: Ministerio de Turismo (2016)

La clasificación permite establecer la categoría del establecimiento según las características que esté presente o este registrado.

Según Torres y Solórzano (2017) afirman que: el servicio de alojamiento es la oferta de hospedaje a cambio de un beneficio económico en habitaciones debidamente equipadas, dotadas de al menos una cama, ofrecida como el principal servicio de turistas, viajero y huéspedes. Sin embargo, la OMT (2014) afirma: es una actividad que ejerce un establecimiento a cambio de un pago de forma profesional, este puede ser de modo temporal e incluye otros servicios complementarios. (p.263)

- Servicio de guianza turística

El guía de turismo desempeña un papel fundamental en la gestión turística, al ser la persona encargada de atender y asistir, conducir e informar, supervisar y hace cumplir lo ofrecido, orientando al turística en su idioma durante su estadía en un país, destino, nuevo y desconocido, por lo que, sin él, la operación turística sería menos enriquecedora (Barreno, 2010).

Denominación de guías en el Ecuador según el Ministerio de turismo y el Ministerio de Ambiente.

Según la clasificación de guías de turismo por el Ministerio de Turismo (2020) son:

Tabla 2. Clasificación de guías de turismo en el Ecuador

Guías de turismo
Guía local
Guía nacional
Guía nacional especializado patrimonio turístico
Guía nacional especializado aventura

Fuente: Ministerio de Turismo (2020)

- Servicio de información turística

El servicio de información según Terry (2019) afirma que:

Es una actividad que tiene como finalidad captar la atención del turista en la fase de compra y orientar su decisión de compra durante la estancia del visitante en el destino con el propósito de proveerlo de los datos necesarios y concretos que puedan inducir a determinados comportamientos que interesan a las empresas y entidades presentes en el territorio. Este tipo de servicio se brinda a través de oficinas de turismo.

El servicio de información turística es de exponer y poner en conocimiento la oferta de productos, servicios y recursos turísticos existentes en el ámbito territorial de referencia del equipamiento o instalación (Terry, 2019).

- Recreación turística

La recreación como el turismo necesitan la presencia de un espacio físico, en un tiempo determinado para llevarse a cabo. Según Pérez, (2016) afirma:

Es aquella actividad que comprende los viajes para el disfrute de un destino, esta actividad implica el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo de gran importancia se señala que estos deben estar dirigidos a la satisfacción de los deseos y expectativas de los visitantes. (p. 38)

- Establecimiento de restauración

Lugar donde se elaboración alimentos y bebidas que son preparadas para el consumo. "El departamento de alimentos y bebidas es un elemento fundamental de la fidelidad de un cliente hacia un destino" (Aguilar, 2016).

Según la clasificación de alimentos y bebidas por el (Ministerio de Turismo, 2018) son:

Tabla 3. Clasificación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Ecuador

Establecimientos de alimentos y bebidas
Cafetería
Bar
Restaurante
Discoteca
Establecimiento móvil
Plazas de comida
Servicio de catering

Fuente: Ministerio de Turismo (2018)

- Servicio de transporte

El transporte terrestre turístico es que se presenta en compañías de transporte debidamente habilitada para el traslado de turistas o excursionistas dentro o fuera de una zona determinada (Agencia Nacional Transporte Terrestre y Transito, 2014, p.4.).

Esta prestación de servicios de transporte terrestre turístico es visto como un medio de desplazamiento que lleva a un individuo de un punto A aun punto B de acuerdo con los fines que esté presente.

Según (ANT, 2014, p.4.) menciona el tipo de transporte su clasificación y tipo de servicio de la siguiente manera:

- 1) Clasificación del transporte terrestre turístico en el Ecuador
 - a. Según el ámbito de operación
 - Transporte terrestre turístico nacional
 - Transporte terrestre turístico transfronterizo
 - Transporte terrestre turístico internacional
 - b. Según el tipo de servicio
 - Traslado
 - Excursión
 - Gira
 - Circuito cerrado
 - Servicio de operación e intermediación

La operación se refiere a la organización, desarrollo y ejecución directa de diversas formas de viajes y visitas de visitantes a nivel nacional, incluida la prestación de servicios turísticos propios o de terceros.

La intermediación es la gestión empresarial de la mediación, organización y venta de servicios de viajes entre el consumidor final y los proveedores de servicios de turísticos que se lo realiza por separado o en forma de paquetes turístico (Ministerio del Turismo, 2016).

Según la clasificación de (Ministerio del Turismo, 2016) las agencias de viajes se clasifican en:

- a. Agencias de viajes mayoristas
- b. Agencias de viajes internacional
- c. Operador turístico; y
- d. Agencia de viajes dual

2.2.2. Demanda turística

Según Boullón (2006) afirma que: la demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turísticos o atractivos. Con el análisis de los ingresos que se hayan generado dentro de la zona en función de los bienes y servicios dependerá del enfoque que se le dé a la investigación, para medir

y cuantificar costos de los tipos de servicios que se brinden individual o colectivamente. (p.32)

Por el contrario, Editorial Vertice (2008) afirma: la demanda tiene que ver con lo que los consumidores desean adquirir, demandar significa que están dispuestos a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición.

La demanda refleja intención y propósito de comprar siempre y cuando se cree una necesidad indirectamente con el comprador. Así una persona se encuentra más satisfecha cuando acude a un determinado establecimiento hotelero, de restauración o prestador de servicios de acuerdo con sus gustos y preferencias que tenga cada individuo. La subjetividad de una visión de lo que espera de la oferta de ese servicio dificulta el nivel de aceptación correctamente ya que la demanda estudia que resulte gratificante el grado de satisfacción del consumidor. (p.24)

Además, Mamani (2016) afirma: la demanda está íntimamente relacionada con el proceso de la toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y por lo tanto, su determinación depende de diferentes factores que no son solo, económicos, psicológicos, sociales, sino de factores físicos y étnicos, ya que un grupo de turistas acuden de forma grupal o individual por una serie de productos o servicios turísticos que cubran sus necesidades económicamente y que la calidad del producto turístico ofertado sea excelente.

El sistema de demanda turística corresponde a las características propias del individuo que practica el turismo, como su situación financiera, posesión o acceso al equipamiento, factores cognitivos (percepción, conocimientos y aprendizaje), determinantes del comportamiento (emociones, necesidades, motivaciones, actitudes e imágenes) y otras características personales como compromiso, riesgo percibido o valores (Morillo, 2011).

La demanda turística está agrupada en dos categorías: el consumo turístico interior, que es la parte más relevante, y otros componentes de la demanda turística, como el gasto en consumo colectivo o determinados gastos de inversión de las empresas características (Martín, 2014).

Según Martín (2014) afirma que: el consumo turístico se divide en dos tipos de componentes de acuerdo con la residencia del viajero y el lugar donde se realiza el

gasto: por un lado, el consumo turístico interno, correspondiente a gastos ligados a viajes realizados por los residentes en la economía de referencia; y el consumo turístico receptor que recoge los gastos de visitantes internacionales en el territorio. (p.40)

Una vez definida la demanda final turística, hay que estimar a qué actividades afecta. O si se quiere medir la parte del ingreso que corresponde a cada rama de actividad de acuerdo con el enfoque y metodología que necesite la investigación brindaría una aproximación válida para lograr analizarlos datos a partir de las estadísticas registradas en los establecimientos del destino (Martín, 2014 cita a Cañada, 2001).

La demanda La demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que, influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos. (Socatelli, 2013, p.1) La demanda está directamente relacionada con la toma de decisiones que los individuos realizan en la planificación de sus actividades de ocio, cuando se trata de viajes de recreación y familiares o bien de sus ocupaciones profesionales, cuando se trata de viajes de negocios.

El consumo de bienes y servicios turísticos se da a través del desplazamiento de viajeros nacionales e internacionales, la cual se representa en demanda turística interna constituida por turistas que viajan dentro de un mismo país y la demanda internacional es aquella que integra turistas de un país que viajan hacia otro país (Flores y Barroso, 2012, p.131).

Esta actividad se ve afectada positiva y negativamente, por factores tales como: las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, entre otros y finalmente los factores propios del mercado que son derivados de su relación con la oferta, como el desarrollo de productos y experiencias turísticos (Socatelli, 2013, p.1).

El sector turístico es el volumen de un flujo turístico que un destino recepta. (Constante, 2013) "La demanda de consumidores turísticos están dispuestos a adquirir productos y servicios durante su estadía bajo un precio determinado" (p.40). Este aspecto se desarrolla en sectores vinculados a la actividad turística. En este destino

se ofertan sus servicios los cuales son definidos por características que se representan en la demanda para el consumo y gasto generadas en la zona turística.

2.2.2.1. Factores de la demanda turística

La demanda está formada por factores como la elasticidad, la variación de precios y las políticas en el mercado y la economía global, a pesar de eso existen factores mucho más específicos que influyen directamente en la disminución, aumento o estacionalidad de la demanda turística (Chalapud y Quiroz, 2014).

Los factores de la demanda turística según Mamani (2016) son:

- Factor económico. – este factor se refiere a la cantidad de dinero disponible por el consumidor para gastar en bienes de ocio, como el turismo, tras haber pagado sus necesidades básicas. Es decir, hace referencia a la restricción presupuestaria a la que se ve sometida la demanda de cualquier bien.
- Factores relativos a las unidades demandantes. – se trata de los factores de motivación, sociológicos, psicológicos, formas y estilos de vida, tiempo de ocio, nivel cultural, costumbres estacionales, creencias ideológicas y religiosas y factores demográficos poblacionales, que se explican a continuación.
- Factores aleatorios. – son aquellas variables causadas de manera imprevista, como terremotos, guerras e inestabilidad política, que afectan al comportamiento de los consumidores y que inciden, por tanto, en la demanda turística.
- Factores relativos a los sistemas de comercialización y a la producción. – en este grupo se determina los factores que afectan positiva o negativamente a la demanda turística y dentro de ellos se encuentran en relación con la producción, a la competencia y aleatorios.

Para poder realizar un análisis de la demanda es necesario conocer factores que permiten tomar decisiones para el análisis de la demanda que tiene un servicio turístico permitiendo así lograr una base estadística de la información para verificar quienes adquieren estos servicios.

2.2.2.2. Clasificación de la demanda turística

Según Socatelli (2013) afirma la clasificación de la demanda turística

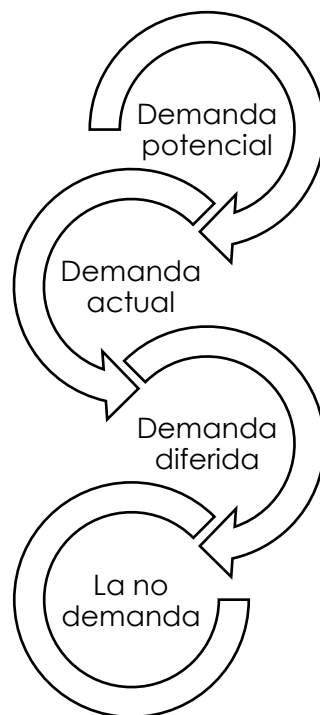


Figura 1. Clasificación de la demanda turística

Fuente: Socatelli (2013)

- Demanda potencial. – el interés es asociado a un bien particular y que posiblemente viajaran cuando experimente un cambio circunstancial, es decir, que cuenten con tiempo libre y con capital para consumir los servicios, es así como si el visitante pernocta en esta zona constantemente se denominaría consumidor potencial.
- Demanda actual. – se refiere al número actual de personas que participan en la actividad turística (viajeros, turistas o visitantes) es decir viajar consumidores reales.
- Demanda diferida. – son las personas que no han podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta con situaciones internas o externas a la actividad en una zona, o su vez escasos servicios turísticos.
- La no demanda. – son personas que muestran una evasión a viajar o aquellas que simplemente no desean hacerlo se les categoriza como la no demanda. (p.2)

2.2.2.3. Tipos de demanda turística

Según Boullón (2006) afirma: para analizar un estudio completo de la demanda se deben analizar los siguientes tipos de demanda:

- Demanda real. – indica la cantidad de turísticas que hay en un momento y lugar determinado y esto da la suma de bienes y servicios solicitados por los consumidores en ese lugar durante el tiempo de estadía.
- Turista real-consumidor potencial. – son gastos adicionales que se pueden realizar la demanda y durante su estadía.
- Demanda histórica. – registro de demandas reales ocurridos en el pasado, este es un análisis de variaciones para deducir el ritmo de evaluación de esta.
- Demanda futura. – es el resultado del cálculo tomando en cuenta las series de la demanda para proyectar la aplicación de fórmulas matemáticas y el crecimiento a partir del presente.
- Demanda potencial. – incrementos que podrían conseguirse la demanda como consecuencia de mejoramiento para los servicios y corregir una oferta sub aprovechada.

Es importante considerar un estudio de los tipos de demanda para un análisis acerca de los posibles consumidores que se tendrá dentro de un producto turístico para analizar la afluencia y el punto específico donde desea atender las necesidades y fortalecer ese ítem que este ofertando.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

Según Garduño (2002) afirma que: el enfoque metodológico parte de dos enfoques metodológicos: el cuantitativo y el cualitativo. Uno está relacionado con las ciencias exactas y el otro con las ciencias sociales; el primero se basa en el número, lo objetivo, y el segundo en la apreciación y lo subjetivo. El tipo de enfoque que se desee utilizar dependerá de la investigación que este realizando el autor.

3.1.1. Enfoque

Según Gallardo (2017) afirma: los enfoques dentro de una investigación pueden darse de diferente cualidad para tratar un problema. Guerrero (2016) afirma: El enfoque cualitativo permite la recolección de datos sin medición numérica, como: la descripción, la observación, resultando una manera más práctica de explicar situaciones que no necesitan ser comprobadas estadísticamente, sino describirlas a partir de los rasgos determinados que sean percibidos por elementos dados que estén dentro de la situación estudiada. (p.2)

Además, este tipo de enfoque cualitativo se centra en la comprensión de fenómenos que son analizados desde un concepto o idea que serán respaldadas por teorías y puntos de vista de aquellos participantes que integran la zona de estudio.

Otro punto de enfoque cualitativo es que se asume este tipo de investigación hacia un referente de información, cuyo análisis se dirige a las descripciones detalladas de los fenómenos estudiados. (Cauas, 2015) por otra parte este tipo de investigación es un tipo de indagación cuya finalidad es proporcionar una mayor comprensión, significados e interpretación subjetiva que el hombre da a sus creencias, motivaciones y actividades culturales a través de diferentes diseños investigativos (teoría fundamentada, etnográfica, biográfica y fenomenológica) (Lisboa y Maldonado, 2018).

Este tipo de investigación no parte de supuestos verificables o hipótesis, ni de variables medibles cuantitativamente, sino se basa en aspectos subjetivos (cualidades) que son influenciadas por la cultura e ideas.

La investigación será de tipo cualitativo, acotando las ideas de autores que plantean este enfoque, como un análisis de la investigación, donde se describe al fenómeno y no se presenta un análisis estadístico comprobado, sino se analiza y plantea instrumentos que validan la investigación a través de informes, fichas técnicas, entrevistas, encuestas e ideas que son facilitados por grupos focales que evidencian y palpan la realidad de la zona de estudio. Además, dentro de este estudio se analizará la prestación de servicios tangibles e intangibles de comunidades que se han desarrollado en función al turismo comunitario, y han recibido ayuda de organizaciones, entidades públicas, privadas y la academia que han permitido desarrollar ciertas atracciones para los visitantes y estos demanden de sus servicios.

Por otro lado, para dar cumplimiento a los objetivos específicos dentro de la validación se plantea una idea a defender que será destinada al análisis de la oferta de servicios turísticos y la demanda turística que tienen las comunidades de San Luis de Guachalá y Cuniburo dando, cumpliendo así al enfoque cualitativo que destina el análisis de instrumentos, entrevistas y la participación de grupos focales que evidencian la realidad de la investigación.

3.1.2. Tipo de Investigación

3.1.2.1. Investigación documental

El fundamento bibliográfico de las variables investigadas se sustenta en la investigación documental. Desde el punto de vista de Arias (2012) "se define como la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas" (p.27). Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos.

De acuerdo con el concepto anterior esta investigación se fundamentará en base a artículos científicos, tesis, documentos electrónicos y libros que permitan desarrollar un mayor conocimiento en cuanto a las variables de estudio. De esta manera se logra determinar los antecedentes investigativos y el marco teórico del proyecto de investigación mismos que aportan a la visión del fenómeno a estudiar.

3.1.2.2. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los

resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere (Arias, 2012).

3.1.2.3. Investigación de campo

La investigación de campo es aquella que recolecta información sobre sujetos e informantes que son parte de la realidad, sin manipular o controlar la variable alguna, es decir el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes (Arias, 2012, p.31).

3.2. IDEA A DEFENDER

Según Hernández, Fernández y Orama (2020) afirman: "La idea a defender es sostenimiento de datos extraídos de la práctica de análisis construidos a partir de la teoría y la elaboración intelectual del investigador, explicando el fenómeno, el cual constituye la solución del problema investigado" (p.10).

- La oferta de servicios turísticos incide en la demanda turística de las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.2.1. Definición de las variables

Las variables de estudio son aquellas que pueden llegar a ser medibles con la recopilación de datos informativos o estadísticos con la finalidad de responder preguntas de la investigación.

3.3.1.1. Oferta de servicios turísticos

La oferta de servicios turísticos es el conjunto de actividades tendientes a producir prestaciones de bienes y servicios ofrecidos al mercado turístico que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento y uso de los bienes turísticos (Pretelt, 2018).

3.3.1.2. Demanda turística

La demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que, influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos (Socatelli, 2013).

3.2.2. Operacionalización de las variables

Tabla 4. Variable independiente: Oferta de servicios turísticos

Variable independiente	Oferta de servicios turísticos				
Dimensión	Indicadores	Ítem/pregunta	Técnica	Instrumento	Informante
Oferta de servicios turísticos	Establecimientos de alojamiento	de Considera usted que la oferta de servicios ofertados en las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo son ideales para atender necesidades de turistas nacionales y extranjeros.	Entrevista/Observación directa	Cuestionario/Ficha de Observación	Entidades públicas/Zona de estudio
	Servicio de guianza turística	de ¿Cuál es su rol en cuanto a la oferta de servicios turísticos en las comunidades?	Entrevista/Observación directa	Cuestionario/Ficha de Observación	Entidades públicas/Zona de estudio
	Establecimientos de información turística	de Cree usted que, ¿Las instalaciones de los establecimientos de servicios turísticos están adecuadas para la recepción de turistas?	Entrevista/Observación directa	Cuestionario/Ficha de Observación	Entidades públicas/Zona de estudio
	Recreación turística	¿Existe programas de capacitación para prestadores de servicios turísticos de las comunidades? Si, no, ¿por qué?	Entrevista/Observación directa	Cuestionario/Ficha de Observación	Entidades públicas/Zona de estudio
	Establecimiento de restauración	de ¿Cómo considera la relación entre los emprendimientos turísticos y la municipalidad del Cantón?	Entrevista/Observación directa	Cuestionario/Ficha de Observación	Entidades públicas/Zona de estudio
	Servicio de transporte	Considera que las comunidades han mejorado la calidad de vida de los visitantes a través de la oferta de los servicios turísticos.	Entrevista/Observación directa	Cuestionario/Ficha de Observación	Entidades públicas/Zona de estudio
	Servicio de operación e intermediación	de Considera que las comunidades han mejorado la calidad de vida de los visitantes a través de la oferta de los servicios turísticos.	Entrevista/Observación directa	Cuestionario/Ficha de Observación	Entidades públicas/Zona de estudio

Tabla 5. Variable dependiente: Demanda turística

Variable dependiente	Demanda turística					
Dimensión	Indicadores	Ítem/pregunta	Técnica	Instrumento	Informante	
Demanda potencial	Motivo de visita	Lugar de procedencia, ciudad o país. ¿Cuál es el costo diario promedio de gastos que realizan en la comunidad? ¿Cuál es su principal motivo de visita a la comunidad?	Encuesta	Cuestionario	Prestadores de servicios	de
Demanda actual	Recreación	Tipo de actividades que realizo dentro de la comunidad. ¿En qué tipo de alojamiento le gustaría pernoctar? ¿Cuántas noches pernoctaría en la comunidad? ¿Cuáles serían los tipos de acomodaciones que adquiriría?	Encuesta	Cuestionario	Prestadores de servicios	de
Demanda diferida	Servicios turísticos	¿Cuál es el tipo de menú que adquiriría dentro de la comunidad? ¿Al momento de visitar la comunidad, le gustaría adquirir los servicios de un guía turístico? ¿Si, no, por qué?	Encuesta	Cuestionario	Prestadores de servicios	de
No demanda	Promoción de servicios turísticos	¿Cuáles fueron los medios publicitarios los cuales se enteró de la comunidad?	Encuesta	Cuestionario	Prestadores de servicios	de

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Métodos

Según Arias (2012) afirma: "el método es la vía o camino que se utiliza para llegar a un fin o para lograr un objetivo" (p.18). Además, existen métodos cualitativos y cuantitativos, que se emplean para formular y resolver problemas de investigación mediante la prueba o verificación de hipótesis o idea a defender.

Los métodos de recolección de datos, utilizan técnicas que no pretenden medir, ni asociar las mediciones con números estadísticos, tales como la observación directa, entrevistas, encuestas con preguntas estructuradas y no estructuradas, revisión de documentos bibliográficos, discusión en grupos, evaluación de experiencias personales, inspección de historias e integración de grupos o comunidades todos con un mismo fin, llegar al punto estratégico de solucionar una problemática de la zona de estudio. (Malagón et al., 2014) A continuación, se presentan los métodos utilizados para el desarrollo de la presente investigación.

3.4.1.1. Método bibliográfico

Según Arias (2012) afirma: que el método bibliográfico "es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas" (p.27).

Se toma en consideración este método ya que se realizara la fundamentación bibliográfica de las variables de estudio oferta de servicios turísticos y la demanda turística para contribuir en la investigación a través de medios digitales, libros, revistas, artículos y tesis de investigación de las variables de estudio, además se aplicara el análisis de estas fuentes para la validación de instrumentos que permitan recabar información sobre el objeto de estudio.

3.4.1.2. Método teoría fundamentada

Es un diseño de investigación cualitativa, reconocido a nivel internacional, que ha sido utilizado para desarrollar teorías sobre fenómenos sociales relevantes. (Arias, 2012)

En este tipo de método se realizará un análisis de la oferta de servicios que cuentan las comunidades, de esta manera se evidenciará una definición de los resultados y

también contribuir así a la demanda turística de estos puntos de indagación. De la misma manera recolectar información literaria como fuente de construcción de teorías literarias que serán utilizadas para investigaciones dentro de la comunidad.

3.4.1.3. Método análisis de conversaciones

Según Villalta (2009) afirma: "es característico por procesos secuenciales e interrelacionados de fases y secuencias temáticas, intercambios verbales, intervenciones y actos de habla, que configuran la estructura de significados que distinguen un contexto determinado" (p.221). Este método será utilizado para el análisis de las entrevistas realizadas a los dirigentes comunitarios y entidades públicas quienes cuentan con el conocimiento acerca de las actividades, servicios que cuentan las comunidades en función al turismo. De la misma manera esta información se tabulará por medios digitales que permiten validar la información adquirida.

3.4.2. Técnicas

Es el procedimiento o forma particular de obtener datos o información de manera digital, física o con algún dispositivo electrónico (Arias, 2012).

3.4.2.1. Revisión bibliográfica.

Esta técnica se utilizará para fundamentar bibliográficamente las variables de estudio gracias a la revisión de fuentes impresas y electrónicas, de esta manera se logrará obtener una visión más amplia de lo que se desea investigar (Arias, 2012).

3.4.2.2. Encuesta

Según Arias (2012) refiere que la encuesta es una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismos, o en relación con un tema particular. De la misma manera, el levantar información a través de esta técnica permite que se evidencie las problemáticas para ser analizadas y contar con un estadístico que permita analizar los datos que se han registrado.

3.4.2.3. Encuesta escrita

Para la ejecución de la encuesta se utilizará un cuestionario autoadministrado, el cual como su nombre lo indica, siempre es respondido de forma escrita por el encuestado. (Arias, 2012, p.73) De esta manera estas técnicas de levantamiento de información permiten analizar la demanda a través de los prestadores de servicios.

3.4.2.4. Entrevista

Según Arias (2012) afirma: La entrevista, más que un simple interrogatorio, es una técnica basada en un diálogo o conversación "cara a cara", entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida. (p.73) La entrevista tiene un menor alcance, donde las personas que son entrevistadas en un periodo determinado. Este tipo de entrevistas pueden ser de tipo estructuras y no estructura, las aplicaciones que le determine el autor serán determinadas a través de sus indicadores.

3.4.2.5. Observación

La observación es una técnica que visualiza mediante la vista, de manera sistemática, cualquier hecho o fenómeno de tal manera que el investigador acuda hacia la zona de estudio para levantar información y analizarla (Arias, 2012, p.69). La observación puede ser de tipo:

- a) Observación simple o no participante. – el investigador observa de manera neutral sin involucrarse en el medio o realidad que se realiza el estudio.
- b) Observación participante. – el investigador pasa a formar parte de la comunidad o medio donde se desarrolla el estudio.
- c) Observación libre o no estructurada. – se ejecuta en función de un objetivo, pero sin una guía prediseñada.
- d) Observación estructurada. – se realiza con objetivos, utilizando una guía diseñada en la que se especifican elementos que serán observados.

3.4.2.6. Estadística descriptiva

Es forma de resumir la información con la recolección y organización de datos básicos para interpretarlos a través de gráficos o tablas. (Rendón, Villasís, y Miranda, 2016) los datos resumidos en porcentajes permiten una identificación clara de las variables para presentar el valor de la muestra para ser interpretados por otros investigadores o lectores.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Para la elaboración de este proyecto investigativo se aplicará materiales de investigación que permitirán recabar información clara y fidedigna a través de los siguientes instrumentos los cuales son: fichas de observación, encuestas y entrevistas técnicas destinadas para los prestadores de servicios, entidades públicas y turistas que pernoctan dentro de las zonas de estudio; con la finalidad de identificar la oferta de servicios turísticos que cuentan estas para determinar su demanda turística. Posteriormente estos datos recolectados serán analizados para verificar y definir el mayor índice de afluencia que cuentan las comunidades en los establecimientos identificados para fortalecer el turismo de las comunidades.

Se escogió la población anteriormente mencionada por ser los principales actores que están en contacto con los turistas y conocen sobre las problemáticas y actividades que cuentan y ofertan las comunidades.

3.5.1. Población y muestra

La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible en este sentido, una muestra representativa es aquella que por su tamaño y características similares a las del conjunto. Esta permite hacer inferencias o generalizar los resultados al resto de la población con un margen de error conocido. (Arias, 2012) Para seleccionar la muestra se utiliza una técnica o procedimiento denominado muestreo.

El tamaño de la población, definir es finita, cuando se conoce el total de los elementos de la población o infinita cuando no se conoce.

Para la muestra de la investigación de la primera variable es finita, ya que se destina las entrevistas, encuestas y fichas de observación hacia los prestadores de servicios y dirigentes comunitarios, quienes proporcionaran la información ideal para el sustento informativo.

Dentro de los informantes clave se estima un total de 31 prestadores de servicios quienes brindaran la información para su posterior análisis.

Tabla 6. Establecimientos y prestadores San Luis de Guachalá y Cuniburo.

San Luis de Guachalá	Cuniburo
Alojamiento	
Hacienda Guachalá Camping "mitad del mundo" Villa Palumbo	Armonía con la Pachamama
Guianza turística	
Manuel Coyaguillo Darío Rocha Armando Coyaguillo Selena Romero Manuel Chimarro	Kevin Farinango
Atractivos turísticos	
Piscinas izshigto Rincón del Río Piscinas el pisque Cascadas el tingo Ruta del agave Quitsato La casa del venado Orquideario Guachalá	Armonía con la Pachamama Finca agrícola María Suelo Verde Escondite del venado Finca agrícola Yolanda
Restauración	
Guarango Zero Cafetería Ecuatorial La Vasija Nelson Rivas	No registra establecimientos

Tabla 7. Entidades y responsables del sector público del cantón Cayambe

Entidad	Responsables
Técnicos del GADIP del cantón Cayambe	4

Mientras que de la siguiente variable dependiente el cálculo de la muestra se toma de la investigación de (Granada, 2022) toma de la base de datos de la Dirección de Turismo de Cayambe a la afluencia de viajeros por mes de 9810 personas. Dando como resultado con la aplicación de la fórmula para la muestra de población infinita. (p.35)

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + N * e^2}$$

(n) Tamaño de la muestra =?

(Z) Nivel de confiabilidad: 95% = 1,96

(P) Probabilidad de ocurrencia = 0,50

(Q) Probabilidad de no ocurrencia = 0,50

(N) Población = 9.810

(e) Error de muestreo: 5% = 0,05

$$n = \frac{3,8416 * 0,50 * 0,50 * 9810}{3,8416 * 0,50 * 0,50 + 9810 * 0,0025}$$

$$n = \frac{9.421,52}{25,49}$$

$$n = 369,68 \rightarrow 370 \text{ encuestas}$$

Siendo un total de 370 encuestas llevadas a cabo durante los meses de (febrero, marzo y abril 2023, en horarios adecuados donde existía mayor cantidad de visitantes, de la misma manera se compartió el enlace de las encuestas a las personas de las dos comunidades, realizándolas de forma virtual a través del medio digital Google forms, el cual permitió recolectar adecuadamente la información de la investigación.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

a) Diagnóstico de la oferta de servicios turísticos

Las comunidades presentes en la investigación comparten aspectos turísticos y actividades, como el alojamiento turístico que tiene cada dentro del territorio registrando así en San Luis tres tipos de establecimientos, como: Una hostería, una zona de camping y una casa de Huéspedes. Mientras que en la comunidad Cuniburo solo se registra una casa de huéspedes que permite un espacio para la pernoctación de turistas que acuden a estas zonas con fines de ocio y más.

Tabla 8. Establecimientos de alojamiento turístico

	Tipo	Nombre	Descripción		Tipo	Nombre	Descripción
Comunidad San Luis de Guachalá	Hostería	Hacienda Guachalá	Cuenta con una capacidad de 100 personas y además brinda espacios naturales y culturales que cautivan a los visitantes, turistas nacionales y extranjeros con sus actividades de ocio y recreación. Este escenario cultural y natural tiene una capacidad para 60 personas, complementando la actividad con mitos, leyendas locales y la flora y fauna que se presenta dentro del lugar.	Comunidad Cuniburo	Hostería		
						No cuenta	La comunidad no cuenta con esta clasificación de alojamiento
	Alojamiento	Campamento turístico	Camping "mitad del mundo"		Alojamiento	Campamento turístico	
	Casa de huéspedes	Villa Palumbo	Este espacio cuenta con una capacidad para 32 personas que permite dar un espacio de		Casa de huéspedes	Armonía con la pachamama	Este tipo de establecimiento cuenta con una capacidad de 5

recreación y armonía con la naturaleza con servicios de restauración y actividades turísticas que forman parte del servicio.

personas, entorno familiar y académico con actividades agrícolas y el turismo que son parte de la actividad de este territorio.

El servicio de guianza que brinda el territorio es local registrando un total de 5 prestadores de servicios, mientras que en la segunda zona solo se registra un prestador de servicios turísticos.

Tabla 9. Servicio de guianza turística

	Tipo	Nombre	Descripción		Tipo	Nombre	Descripción
Comunidad San Luis de Guachalá	Guía Local	Manuel Coyaguillo	El tiempo de experiencia del guía es de 10 años, cuenta con el dominio de idiomas inglés, francés y español opera en el atractivo Quitsato.	Comunidad Cuniburo	Guía Local	Kevin Farinango	El guía local cuenta con una experiencia de 4 años, no domina el idioma inglés, operada en el atractivo escondite del venado ubicado en la comunidad Cuniburo.
	Guía Local	Darío Rocha	El guía cuenta con una experiencia de 3 años y domina idiomas, inglés, francés y español opera en el atractivo Quitsato.				
	Guía Local	Armando Coyaguillo	El prestador de servicios cuenta con una experiencia de 5 años cuenta con un dominio de un solo idioma y operada dentro del atractivo el tingo.				
	Guía Local	Selena Romero	La guía cuenta con un año de experiencia opera dentro del atractivo la casa del venado.				
Guianza	Guía Local	Manuel Chimarro	Este tipo de guía local ha trabajado juntamente con la hacienda Guachalá y ha dominado diferentes destrezas para el dominio de grupos y segmentos.	Guianza			

El escenario de estos destinos ha sido parte para la cultura y tradiciones de la zona identificando un total de 4 escenarios de recreación turística cultural mientras que en la segunda zona se registran 5 que son parte para la participación y fomento del turismo comunitario y la organización de este.

Tabla 10. Recreación turística cultural

	Tipo	Nombre	Descripción		Tipo	Nombre	Descripción
Comunidad San Luis de Guachalá	Acervo cultural y popular	Ruta del agave	Este atractivo cuenta con actividades de flora y fauna y degustaciones de los derivados del agave.	Comunidad Cuniburo	Realizaciones técnicas y científicas	Armonía con la Pachamama	Las actividades turísticas que se presentan son la siembra de verduras y hortalizas además complementa la experiencia con la cocción de los alimentos a través de la pachamanca. Este establecimiento oferta un turismo vivencial a través de la experiencia de recolección de granos secos, degustaciones de agave, compartiendo también servicios como alimentación y la crianza de animales de granja.
	Realizaciones técnicas y científicas	Quitsato	Este destino cultural que cautiva los turistas con un turismo científico y enfocado en el segmento internacional y fomenta la integración de guías locales.		Realizaciones técnicas y científicas	Finca agrícola María	La oferta de este establecimiento se da principalmente en la degustación de mermeladas con frutas de la zona y complementado un recorrido por la granja y el uso de sus plantas medicinales. Este atractivo que integra parte de la oferta de la comunidad y ha sido parte también para complementar la actividad, brinda guía y observación de flora y fauna de la zona.
	Realizaciones técnicas y científicas	La casa del venado	En este destino alberga una gran cantidad de fauna andina complementando la actividad con guía y restauración.		Realizaciones técnicas y científicas	Suelo Verde	
	Realizaciones técnicas y científicas	Orquideario Guachalá	Este tipo de atractivo turístico oferta un producto dirigido a un mercado nacional y local con recorridos y venta de		Realizaciones técnicas y científicas	Escondite del venado	
Atractivos culturales				Atractivos culturales			

	orquídeas y flora endémica de la zona,		Realizaciones técnicas y científicas	Finca agrícola Yolanda	La actividad principal de esta granja es la crianza de ganado vacuno, además complementa la actividad turística con la recolección de frutas, verduras y hortalizas con escenarios para acampar y una manera adecuada de salir de la zona de confort.
--	---	--	--	------------------------------	---

La actividad turística natural también forma parte de esta oferta con un total de cuatro establecimientos presentes dentro de este territorio, sin embargo, la actividad no se ha evidenciado dentro de la otra comunidad, esta solamente cuenta con actividades culturales que fomentan la participación de familias y otros establecimientos para fortalecer la actividad turística.

Tabla 11. Recreación turística natural

	Tipo	Nombre	Descripción		Tipo	Nombre	Descripción
Comunidad San Luis de Guachalá	Aguas subterráneas	Piscinas izshigto	El establecimiento brinda un espacio familiar como zonas de camping, caminata por el río, pero este tipo de espacio solo recibe la pernoctación de visitantes locales,	Comunidad Cuniburo	Aguas subterráneas	No cuenta	
	Aguas subterráneas	Rincón del Río	El atractivo cuenta con una gran diversidad de actividades como pesca deportiva, senderismo y restauración, que complementa la actividad turística.		Aguas subterráneas	La comunidad no cuenta con la	
	Aguas subterráneas	Piscinas el pisque	Este tipo de atractivo esta direccionado aun mercado nacional y local, complementando su actividad con actividades de observación de flora y fauna y espacios de esparcimiento natural. Este espacio natural es un punto donde acuden familias y grupos de personas, cuenta con espacios de dispersión y ocio dirigido a un segmento nacional y extranjero.		Aguas subterráneas	recreación turística natural	
Atractivos naturales	Ríos	Cascadas el tingo		Atractivos naturales	Ríos		

La actividad turística comprende de servicios que son necesarios para la satisfacción de necesidades de los turistas y visitantes es así como se oferta una diversidad de alimentos con productos de la zona, dinamizando la economía local. Dentro de la zona se identificó 4 establecimientos de restauración, mientras que en la otra zona no se identificó establecimientos, algunos prestadores de servicios de recreación brinda este servicio como una actividad complementaria pero solo bajo pedido, no como parte de la actividad.

Tabla 12. Servicio de restauración

	Tipo	Nombre	Descripción		Tipo	Nombre	Descripción
Comunidad San Luis de Guachalá	Restaurante	Nelson Rivas	El restaurante no cuenta con una categoría a pesar de la categoría, brinda un menú nacional, con comida típica de la zona y platos a la carta. Complementando este servicio con los demás que integran parte del territorio estudiado.	Comunidad Cuniburo	Restaurante	No cuenta	La comunidad no cuenta con la clasificación de restauración
	Restaurante	Guarango Zero	El establecimiento oferta una gran variedad de platillos, dentro de ellos está la gastronomía típica, nacional y platos a la carta.		Restaurante		
	Cafetería	Cafetería Ecuatorial	Este establecimiento oferta un producto que es la recolección de frutos secos que son parte de la zona, su afluencia de visitantes es nacional e internacional.		Cafetería		
Alimentos y bebidas	Restaurante y Cafetería	La Vasija	El servicio de este establecimiento es de restauración cuenta con espacios verdes que se encuentran dentro del mismo, su funcionamiento son los fines de semana y feriados, debido a la gran cantidad de visitantes que frecuentan la zona.	Alimentos y bebidas	Restaurante y Cafetería		

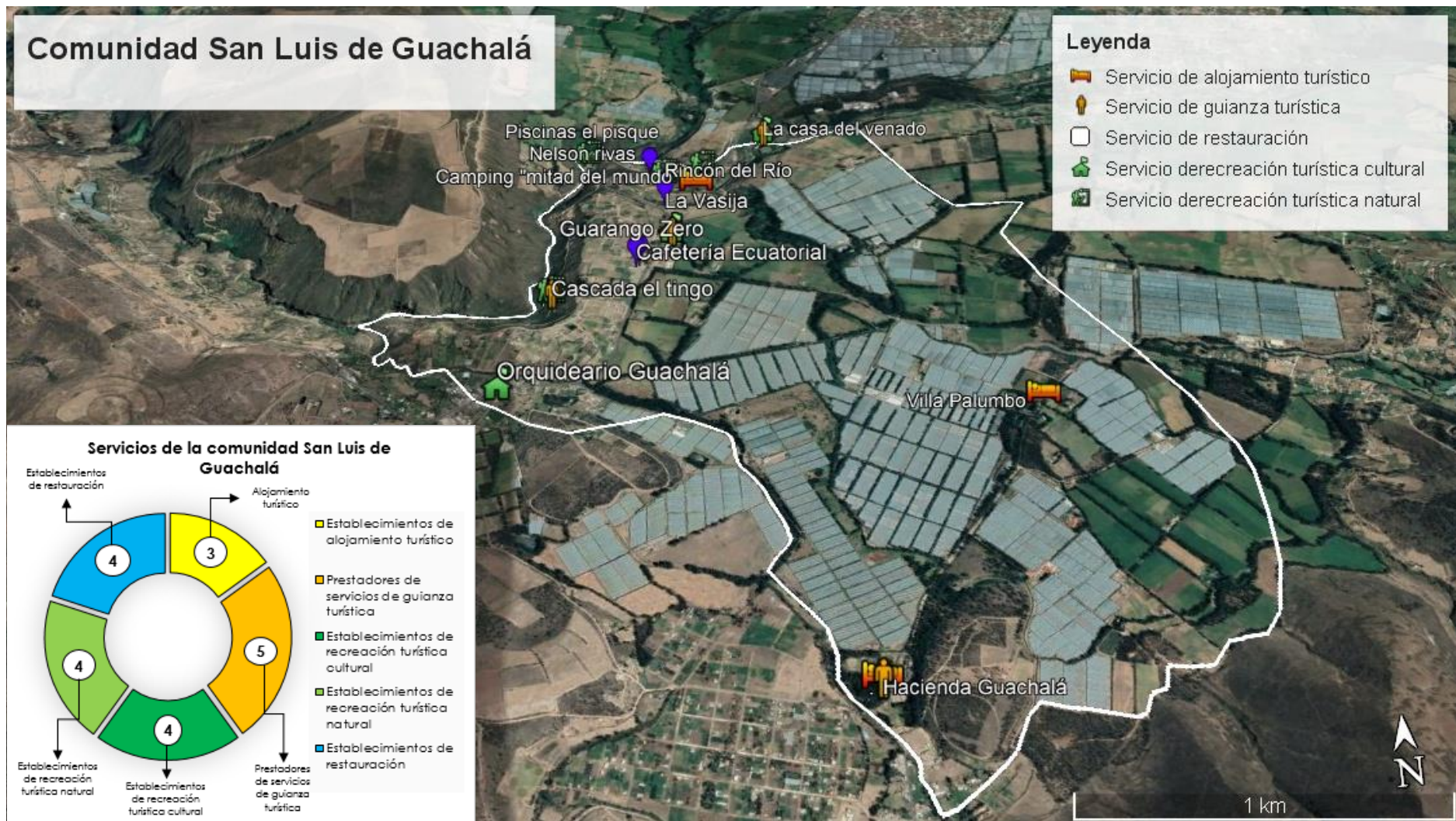


Figura 2. Zona de estudio San Luis de Guachalá



Figura 3. Zona de estudio Cuniburo

b) Entrevistas a técnicos de la unidad de turismo.

Tabla 13. Entrevistado técnico municipal jefe departamental unidad de turismo

Indicador	Tipo de entidad	Interpretación de las respuestas
Pregunta. - Considera usted que la oferta de servicios ofertados en las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo son ideales para atender necesidades de turistas nacionales y extranjeros.	Público	San Luis de Guachalá es una comunidad variada debido a que cuenta con actividades ideales para amigos, familia, solo o en pareja cuenta con actividades recreativas, de naturaleza, historia, cultura, danza, música y gastronomía enmarcadas en un mercado diverso, local y extranjero, por la visualización de la mitad del mundo, icono representativo para el Ecuador, además Cuniburo es una comunidad pequeña enfocada en la agroecología con espacios de producción agrícola con productos orgánicos puestos disposición del visitante que puedan disfrutar de la experiencia de recolección de los alimentos, la cosecha y la cocción de los mismos a través de la pachamanca preparación inicial hasta tener un producto final esta oferta está destinada para un mercado nacional en un 90% y un 10% para el mercado extranjero. La oferta en la infraestructura hotelera Cuniburo no cuenta con servicio de alojamiento más que las familias dispongan sino con la calidad, Cuniburo no se caracteriza por el hospedaje, San Luis de Guachalá con relación al hospedaje, todo se encuentra en la parte céntrica de Cayambe. Su gastronomía la oferta que tiene Guachalá, es variada por las ventas que realizan en las ferias que se hacen en la panamericana, restaurantes de alta categoría en la bola, tienen excelente calidad para brindar una excelente atención, en cambio Cuniburo se basan en sus familias que trabajan con sus granjas agroecológicas directamente.
Pregunta. - ¿Cuál es su rol en cuanto a la oferta de servicios turísticos en las comunidades?	Público	Fortalecemos la oferta de los servicios turísticos en base a capacitaciones, proyectos de inversión en cuanto al hospedaje que tienes este servicio, se interviene con infraestructura, saneamiento, equipamiento gestión, tipo de elaboración de proyectos encaminados al mejoramiento económico de las comunidades así también su promoción turística de sus atractivos.
Pregunta. - Cree usted que, ¿Las instalaciones de los establecimientos de servicios turísticos están adecuadas para la recepción de turistas?	Público	Independientemente a cuál nos dirijamos, tienen detalles y categorías, pero no el mismo nivel, el alojamiento, restauración y los atractivos de las comunidades tienen actividades ideales para atender las necesidades de los turistas con caminatas, ascensos, ingreso a museos, gastronomía y senderos.
Pregunta. - ¿Existe programas de capacitación para prestadores de servicios turísticos de las comunidades? Si, no, ¿por qué?	Público	Si existen proyectos que se hacen desde la municipalidad con certificaciones como, referente a restauración, alojamiento, manipulación de alimentos, atención al cliente, con categorías de importancia temática para el servicio turístico impulsando este tipo de proyectos encaminados a la capacitación acorde a la necesidad del servidor turístico.

Pregunta. - ¿Cómo considera la relación entre los emprendimientos turísticos y la municipalidad del Cantón?	Público	Dependiendo del aspecto que se quiera tratar, debido a las consideraciones políticas, y sociales se complica llevar a cabo la organización en conjunto que se lleven a cabo las actividades para poder mantener un fortalecimiento de esos lazos con un poco de falencias, pero seguir trabajando con toda la amabilidad del caso.
Pregunta. - Considera que las comunidades han mejorado la calidad de vida de los residentes a través de la oferta de los servicios turísticos.	Público	La calidad de vida ha mejorado principalmente a los residentes tanto como anfitriones debido a las actividades que se realizan, permiten llevar a cabo un espacio adecuado con todas las condiciones necesarias con los recursos que se generan, los visitantes también encuentran espacios adecuados, cómodos y sobre todo con una atención ideal.
Pregunta. - Los establecimientos turísticos llevan el registro de la licencia única de funcionamiento.	Público	Las comunidades no cuentan con este registro debido a que no son registrados como CTC, pero si pueden llegar a tener los servicios, como capacitaciones y participación de proyectos turísticos.
Pregunta. - ¿Como considera usted la demanda turística de las comunidades?	Público	Su demanda es diversa, debido al desplazamiento de familias que buscan salir de la rutina y buscar espacios para recreación, así se aprovechan espacios como las cascadas, termas, huertos y la participación de guías locales que fortalecen el potencial turístico de las comunidades.
Pregunta. - Los establecimientos y servicios turísticos han dinamizado la economía de las comunidades.	Público	La participación de los guías locales, y de los prestadores de servicios, ayudan a fortalecer la economía local, debido a que se requiere de la participación de estos para que la estancia del visitante pueda ser capaz de atender sus expectativas de tal manera que al fomentar la participación de estos se dinamiza la economía dentro del territorio y mejorando así, la participación de estos servicios.
Pregunta. - Conoce si las comunidades han recibido financiamiento de organizaciones o fundaciones como apoyo hacia el turismo.	Público	Si ha existido organizaciones que han contribuido para el mejoramiento del turismo dentro de las comunidades, como organizaciones no gubernamentales que apoyan con proyectos de inversión y solventación económica para el mejoramiento de su infraestructura y atención de turistas.

Tabla 14. Entrevistada técnica municipal desarrollo turístico

Indicador	Tipo de entidad	Interpretación de las respuestas
Pregunta. - Considera usted que la oferta de servicios ofertados en las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo son ideales para atender necesidades de turistas nacionales y extranjeros.	Público	Las dos comunidades pertenecen a la parroquia de Cangahua por ende cuentan con un gran potencial turístico y están dentro del circuito mitad del mundo, tanto San Luis de Guachalá y Cuniburo son comunidades que han venido organizándose en la actividad turística cada una con su particularidad, por ejemplo, San Luis de Guachalá, con su monumento mitad del mundo con un potencial ideal que ellos demuestran, de la misma manera fortaleciendo la actividad con capacitaciones dadas. Atractivos que integra la comunidad, Las cascadas el Tingo aguas termales que tiene esta comunidad así también se tiene Cuniburo que es un lugar donde se trabaja con fincas agroecológicas y con capacitaciones también en temas gastronómicos, atención al cliente,

		innovación turística, son comunidades organizadas que conocen sobre la actividad turística del cantón.
Pregunta. - ¿Cuál es su rol en cuanto a la oferta de servicios turísticos en las comunidades?	Público	Cómo analista de desarrollo turístico la finalidad es potencializar la actividad turística con proyectos enfocados en la actividad, complementando con fortalecimiento de las destrezas de cada uno de los actores.
Pregunta. - Cree usted que, ¿Las instalaciones de los establecimientos de servicios turísticos están adecuadas para la recepción de turistas?	Público	Dependiendo mucho de la demanda, cómo preferencias de los turistas, en Cuniburo se ha desarrollado la actividad con un segmento de mercado dirigido hacia los adultos mayores que han Sido partícipes de las visitas, se ha visto adecuada para la recepción de turistas y visitantes, sin embargo también cabe mencionar que al tener una mayor competencia ínsita a mejorar y poder desarrollar un mejor producto De la misma manera, San Luis de Guachalá, cuenta con una vía de fácil acceso pero si falta mejorar la infraestructura desde luego.
Pregunta. - ¿Existe programas de capacitación para prestadores de servicios turísticos de las comunidades? Si, no, ¿por qué?	Público	Si, justamente terminamos en este año un programa de capacitación enfocada en competencias laborales el cual estuvo enfocado en 9 temas: la formación de guías locales, ya que es demasiado primordial tener un grupo de guías de las comunidades de la parte urbana y rural del cantón ya formados y certificados, la otra es gastronomía que se dio en varias temáticas, preparación de alimentos, coctelería, recepción, camarero de piso, ventas y protocolo entonces fueron temas diversos que se dieron a conocer y las comunidades aprovecharon estas temáticas para ponerlas en práctica dentro de sus establecimientos. No se puede repetir las mismas actividades de formación debido al presupuesto dado, pero se tiene en cuenta por lo menos ejecutarlo cada 2 años formar y volver a fortalecer éstas temáticas, dirigido a todos los servidores turísticos.
Pregunta. - ¿Cómo considera la relación entre los emprendimientos turísticos y la municipalidad del Cantón?	Público	Básicamente una de las peticiones por parte de los prestadores, servidores, emprendedores y empresarios siempre han solicitado capacitaciones y promoción, con el poco presupuesto que designan a la dirección se ha logrado trabajar poco en la promoción no como se quisiera realizar al 100% el cual depende de un presupuesto un poco más grande, además la participación de la academia para poder apreciar al cantón Cayambe como un verdadero destino turístico.
Pregunta. - Considera que las comunidades han mejorado la calidad de vida de los residentes a través de la oferta de los servicios turísticos.	Público	Cómo conocedores de la actividad turística se desarrolla no mediano y corto, sino a largo plazo, demanda tiempo y esfuerzo para lograr un producto como tal, de la misma manera se puede apreciar el interés de la comunidad y la zona rural en querer trabajar ya en esta actividad, dándoles a conocer que esto es un proceso que les permite fortalecer las capacidades, luego a mejorar las vías, infraestructura, promoción esto va por etapas y se ve resultados a largo plazo existe mayor interés en la actividad turística.
Pregunta. - Los establecimientos turísticos llevan el registro de la licencia única de funcionamiento.	Público	Claro, de acuerdo a las competencias del consejo nacional de competencias 2016 se transfirió a los municipios la regularización y control de establecimientos turísticos, la categorización el parte del ministerio de turismo se han aumentado una gran cantidad de establecimientos y están dentro del catastro de establecimientos turísticos posteriormente a tener la licencia anual de funcionamiento, lo

		<p>que sí es indispensable es tener el reglamento para lograr legalizar a los centros de turismo comunitario, es bastante riguroso y aún nos falta llevar un proceso que abarca capacitaciones, personas formadas, organización con personas de tercer nivel para lograr regularizar los centros de turismo comunitario. La LUAF es un requisito indispensable que debe sacar como operador privado para poder llevar a cabo sus funciones y no trabajar bajo la ilegalidad, asesorándolo, este se puede registrarse en el Ministerio de turismo o en la intendencia de policía, cualquiera de los dos les serviría para llevar a cabo sus funciones especificando la actividad que realizará.</p>
<p>Pregunta. - ¿Como considera usted la demanda turística de las comunidades?</p>	<p>Público</p>	<p>Todavía nos hace falta un poco más y conocer el potencial que tiene Cayambe, un factor bastante negativo es que el mayor potencial está en la parte rural debido a que los atractivos se encuentran ahí y no en la zona urbana, una de las partes negativas dentro de la zona rural es el cambio de directivas, cada 2 años o un año y hay la discontinuidad del trabajo que se ha vendido trabajando cómo actividad turística. Muchos de los directivos se comprometen en la actividad turística pero no comparten la organización de esta con los demás permitiendo que no se lleven a cabo los proyectos sin ser ejecutados en las comunidades y no exista resultados de la actividad turística en las mismas.</p>
<p>Pregunta. - Los establecimientos y servicios turísticos han dinamizado la economía de las comunidades.</p>	<p>Público</p>	<p>Hemos trabajado con actores de la cámara de turismo, con la idea de trabajar con los productores, motivándolos a crear sus propios establecimientos. Esto es una alianza estratégica entre la zona urbana y rural. Actualmente presento la cámara de turismo una ordenanza dónde especifica detalles, cómo calidad, el mejoramiento buscando beneficios para los actores que estén trabajando directamente con los productores locales.</p>
<p>Pregunta. - Conoce si las comunidades han recibido financiamiento de organizaciones o fundaciones como apoyo hacia el turismo.</p>	<p>Público</p>	<p>En el año 2012 recibieron algunas comunidades, por parte del gobierno provincial, dándoles equipamientos de bicicletas, monturas y más, cómo fomento a la actividad turística y lamentablemente la gobernabilidad de las comunidades hace que todo se quede estancado y no funcione adecuadamente, inclusive llegué a desaparecer y no tenga resultados sin una respuesta adecuada a la actividad turística de las comunidades.</p>

Tabla 15. Entrevistada técnica municipal promoción turística

Indicador	Tipo de entidad	Interpretación de las respuestas
Pregunta. - Considera usted que la oferta de servicios ofertados en las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo son ideales para atender necesidades de turistas nacionales y extranjeros.	Público	La estructura que tienen las comunidades son ideales para aceptar turistas nacionales e internacionales, de hecho, ambos territorios cuentan con una gran llegada de turistas cuando son feriados y fines de semana.
Pregunta. - ¿Cuál es su rol en cuanto a la oferta de servicios turísticos en las comunidades?	Público	La promoción turística de los diferentes destinos, a través de planes, informes y levantamiento de información el cual nos va a permitir que la gente conozca acerca de los atractivos que tenemos, debido a que algunos turistas conocen existe la mitad del mundo, pero no saben en qué consiste.
Pregunta. - Cree usted que, ¿Las instalaciones de los establecimientos de servicios turísticos están adecuadas para la recepción de turistas?	Público	Si están aceptables, pero tanto los emprendedores en turismo o los negocios populares pueden seguir mejorando, ya que en la actualidad hay diferentes actividades e infraestructura adecuada para brindar un servicio de calidad a los turistas.
Pregunta. - ¿Existe programas de capacitación para prestadores de servicios turísticos de las comunidades? Si, no, porque?	Público	Si, aquí en el municipio de Cayambe saco programas, el cual se brindó a los compañeros de las comunidades la capacitación para que puedan ser certificados como guías, los cuales en la actualidad ya están trabajando en las actividades y también permite motivar a la gente que conozca diferentes circuitos y rutas, puesto que cada comunidad cuenta con el personal capacitado para realizar estas actividades.
Pregunta. - ¿Cómo considera la relación entre los emprendimientos turísticos y la municipalidad del Cantón?	Público	La relación es muy buena, debido a que el municipio siempre está apoyando y motivando a los diferentes emprendedores para que puedan ponerse sus negocios de turismo. Además, el turismo es una actividad que se puede ganar mucho, económicamente, como en conocimiento, el turismo en el cantón es fuerte debido a la existencia de atractivos que se pueden potencializar y se dan a conocer gracias a los emprendimientos que se suman para trabajar con la municipalidad les permite dar un asesoramiento de permisos e información de servicios turísticos.
Pregunta. - Considera que las comunidades han mejorado la calidad de vida de los residentes a través de la oferta de los servicios turísticos.	Público	Si, totalmente de acuerdo, debido a los emprendimientos que inician con la organización de las familias y ellos conforman una pequeña comunidad que impulsan a demás emprendedores para conformar un solo conjunto de servicios y estos generen empleo y sean quienes dinamicen la economía local.
Pregunta. - Los establecimientos turísticos llevan el registro de la licencia única de funcionamiento.	Público	Si, los establecimientos tienen ese requisito para poder trabajar adecuadamente sin informalidades y también puedan ser asesorados para brindar un servicio de calidad a sus clientes.

Pregunta. - ¿Como considera usted la demanda turística de las comunidades?	Público	Es alta, el segmento y las preferencias de los consumidores han cambiado, los fines de semana existe mayor cantidad de gente en las comunidades, ellos prefieren espacios abiertos para adquirir nuevas experiencias, permitiéndoles mejorar su actividad física y vida.
Pregunta. - Los establecimientos y servicios turísticos han dinamizado la economía de las comunidades.	Público	Si han dinamizado la economía de las comunidades debido a que el turismo ya es un ingreso favorable dentro de la zona y los gustos y preferencias de las personas son parte de ellas.
Pregunta. - Conoce si las comunidades han recibido financiamiento de organizaciones o fundaciones como apoyo hacia el turismo.	Público	El municipio busca diferentes organizaciones que les permita mejorar la infraestructura de los atractivos, pero necesitan el apoyo de estas organizaciones para poder lograr su fin.

Tabla 16. Entrevistada técnica municipal asistente desarrollo turístico

Indicador	Tipo de entidad	Interpretación de las respuestas
Pregunta. - Considera usted que la oferta de servicios ofertados en las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo son ideales para atender necesidades de turistas nacionales y extranjeros.	Público	Si en la actualidad las comunidades de San Luis están fomentando e innovando el servicio de gastronomía, guianza. Las comunidades están empoderándose del sector turístico con el beneficio de la parte económica.
Pregunta. - ¿Cuál es su rol en cuanto a la oferta de servicios turísticos en las comunidades?	Público	Desde el área técnica de desarrollo turístico se busca fortalecer espacios que sean destinado y adecuados para los turistas con personal capacitado para atender las necesidades de los turistas.
Pregunta. - Cree usted que, ¿Las instalaciones de los establecimientos de servicios turísticos están adecuadas para la recepción de turistas?	Público	De las dos comunidades están mejorando su infraestructura, aunque le falta innovación en sus servicios, pero este es un proceso que se debe mejorar en el transcurso del tiempo.
Pregunta. - ¿Existe programas de capacitación para prestadores de servicios turísticos de las comunidades? Si, no, porque?	Público	El municipio contribuye a mejorar las destrezas y habilidades de las personas con la finalidad de brindar un servicio excelente a los diferentes turistas que vayan a visitar estas comunidades
Pregunta. - ¿Cómo considera la relación entre los emprendimientos turísticos y la municipalidad del Cantón?	Público	Es muy buena la relación, siempre se trata de mejorar para desarrollar un turismo adecuado en cada una de las comunidades.

Pregunta. - Considera que las comunidades han mejorado la calidad de vida de los residentes a través de la oferta de los servicios turísticos.	Público	Si, las comunidades logran aprovechar recursos y atractivos culturales y naturales beneficiándose así en la parte económica.
Pregunta. - Los establecimientos turísticos llevan el registro de la licencia única de funcionamiento.	Público	Si, pero se registran dentro del territorio del cantón más no aledañamente en los atractivos, sino complementando esta con actividades de ocio y negocio.
Pregunta. - ¿Como considera usted la demanda turística de las comunidades?	Público	Las comunidades están empezando, entonces el rol del municipio es dar una guía para fortalecer la oferta que tengan, mirando así la llegada de turistas.
Pregunta. - Los establecimientos y servicios turísticos han dinamizado la economía de las comunidades.	Público	Los pocos establecimientos que están dentro del territorio logran dinamizar la economía de las comunidades con aportes de crecimiento en el turismo en su oferta.
Pregunta. - Conoce si las comunidades han recibido financiamiento de organizaciones o fundaciones como apoyo hacia el turismo.	Público	Las comunidades no tienen relación con organizaciones para el desarrollo del turismo, pero si hubiese seria directamente con la participación de la municipalidad para ser un intermediario de las comunidades.

c) Demanda turística

Dimensión 1: Datos generales

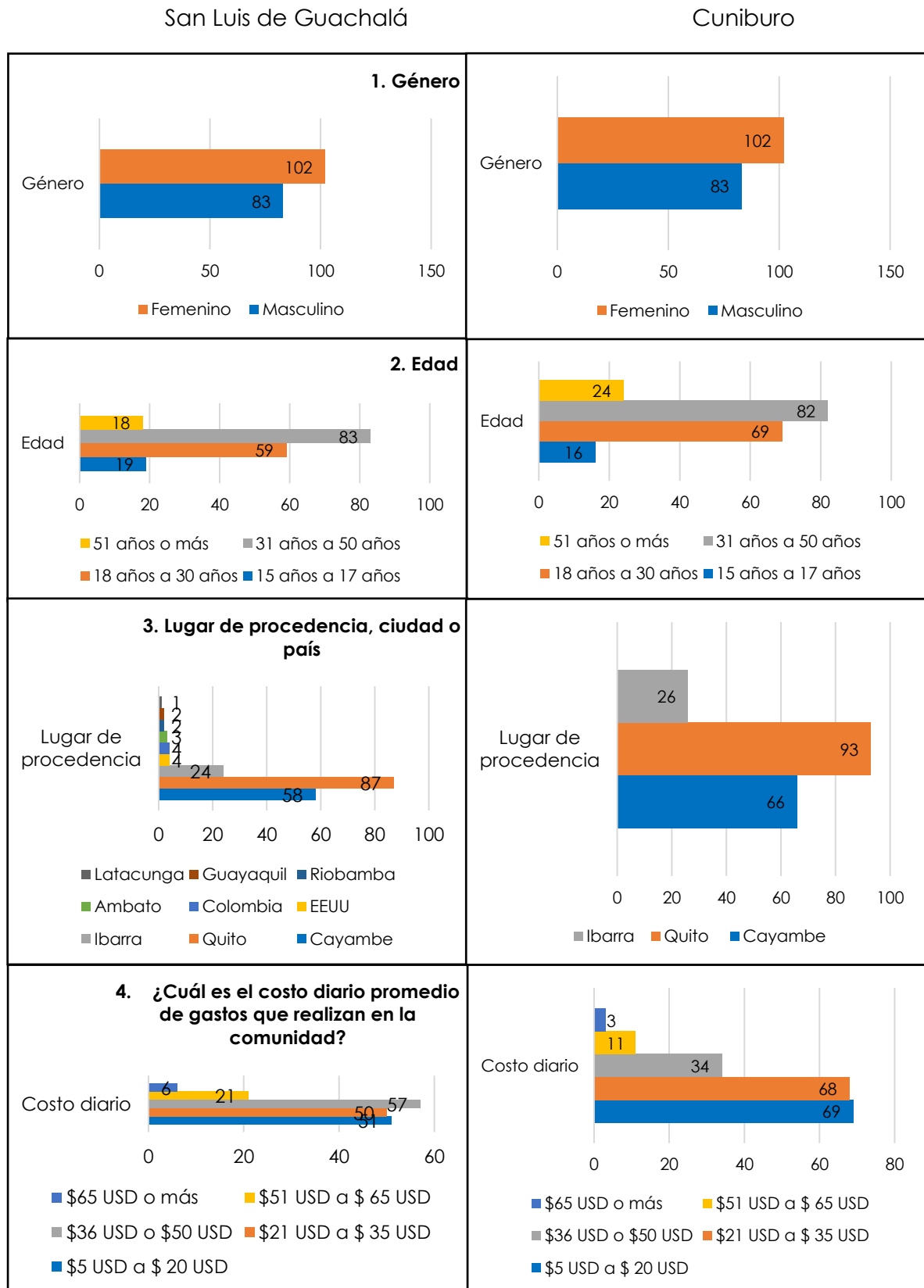


Figura 4. Datos generales

Las encuestas realizadas dentro de las dos comunidades se presentan igualdad dentro del género, debido a la cantidad de grupos y familias que acuden a las comunidades, sin embargo, esta afluencia se ve presente por el género femenino, quienes dan mayor preferencia para las actividades, dado que el género masculino es menor, esto se da debido a la preferencia de actividades dadas en las zonas.

Además el rango de edad de las personas que se encuentran en la visita de estos destinos está dentro de 31 a 50 años, esto se da debido al espacio de actividades que se dan dentro de la zona, que están establecidas para este segmento, de la misma manera la preferencia de jóvenes en edades de 18 a 30 años se ve presente, esto beneficia a los territorios por la preferencia de actividades que se desarrollan permiten que acudan mayor personas y hacen que esta pueda dinamizar mucho más la economía del mismo. Así mismo, este punto de partida del segmento dado, se encuentra una mayor cantidad de personas ajenas a la zona, mientras que se ve presente una mayor cantidad de personas de Quito, puesto que, este lugar también es una zona de paso y contiene mayor interés de las personas al estar cerca de donde transitan, haciendo que aledaños y viajeros sean parte de la comunidad, mientras que al poseer una mayor cantidad de grupos ajenos al lugar hacen que tenga mayor reconocimiento, no dejando de lado la organización de Cuniburo, hacer que también exista personas cercanas a la zona, por ende necesita atender un poco más las necesidades de los turistas para mantener mayor afluencia dentro del lugar y complementar la actividad turística.

Continuamente con el gasto que realizan en la zona que es un aporte para el fomento de más emprendimientos y participación de la comunidad local en dejar una remuneración económica por sus servicios. El punto de partida de gastos que dejan en la zona es de \$36 USD a \$50 USD debido a la cantidad de zonas de esparcimiento y el precio de los servicios ofertados, mientras que en la siguiente no se presenta un nivel económico alto, debido a otro tipo de actividades presentes que esta oferta hacia sus turistas.

Dimensión 2: Motivo de visita

San Luis de Guachalá

Cuniburo

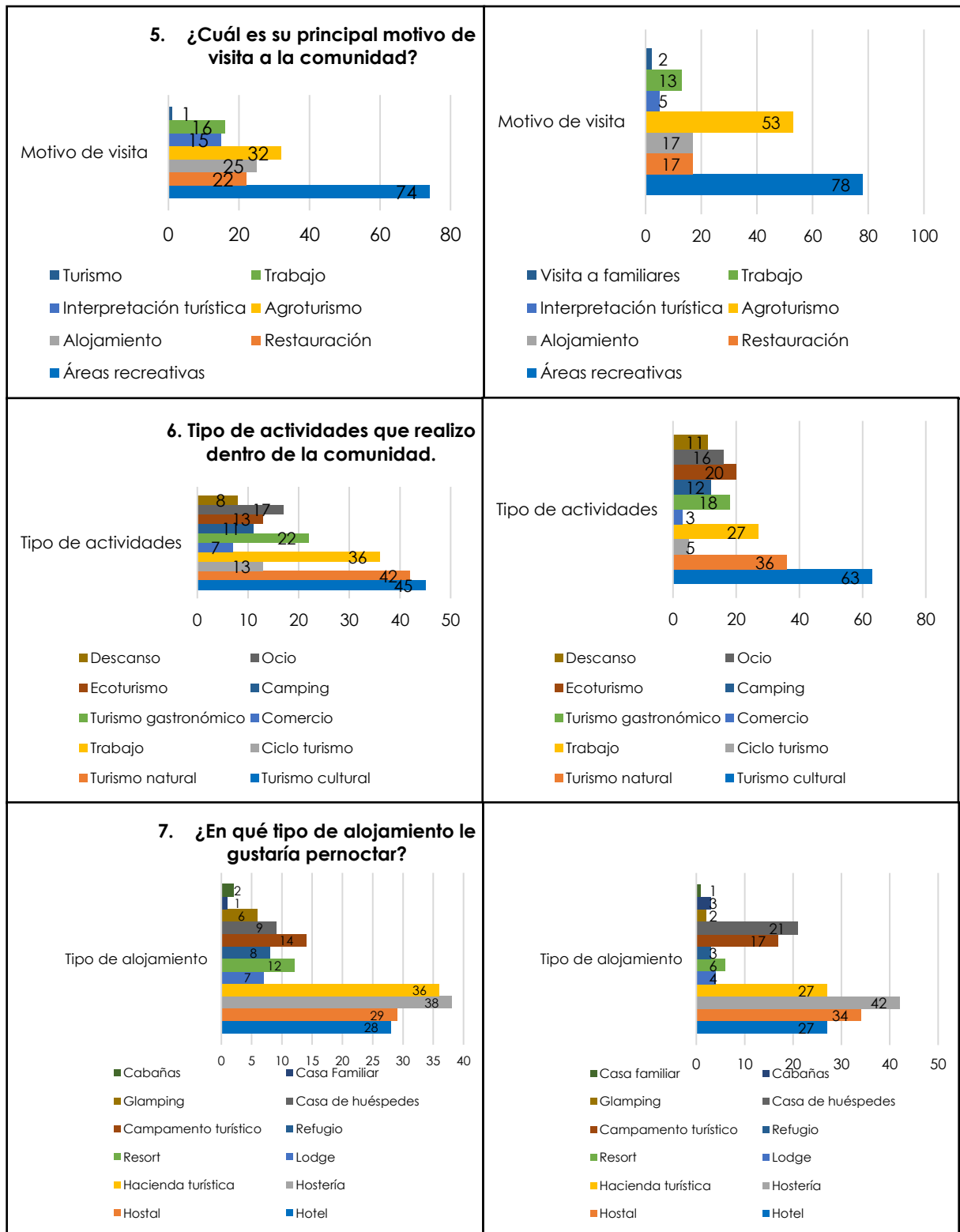


Figura 5. Motivo de visita

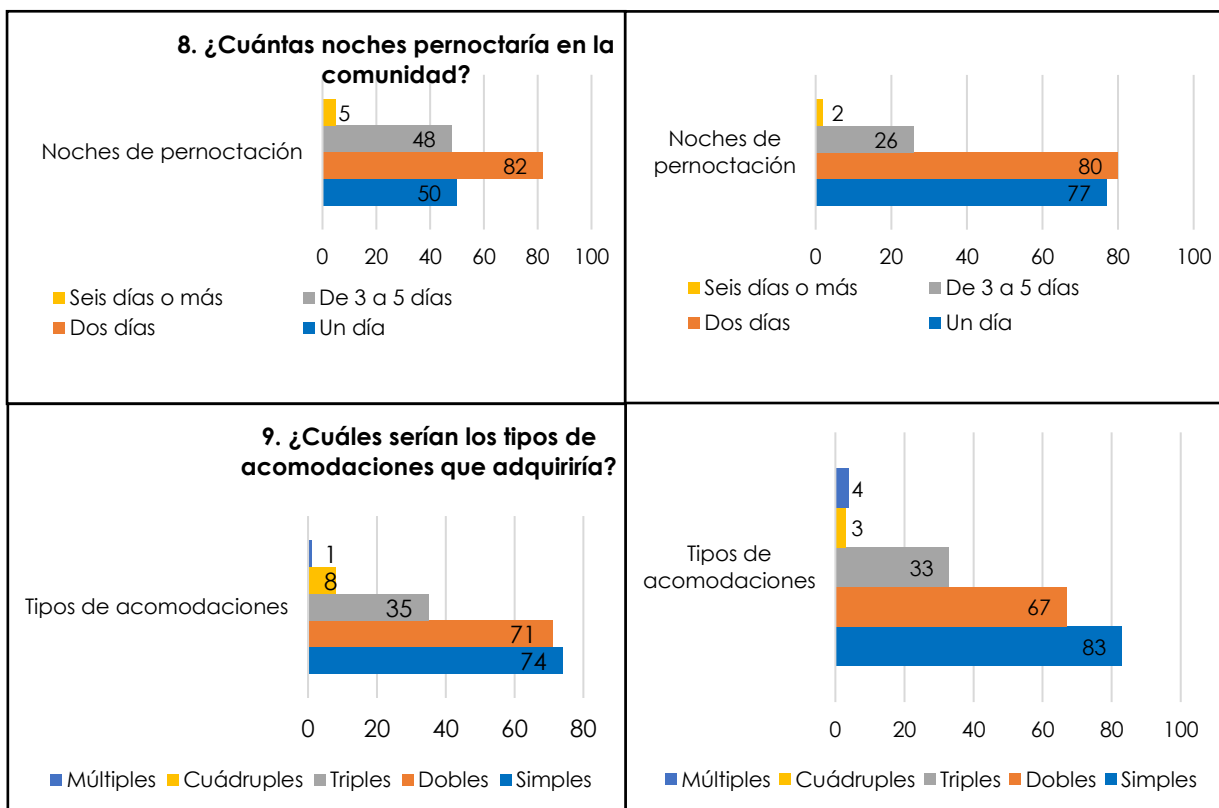
Al poseer ya un segmento de mercado dado en ambas comunidades, se evidencian motivos de visita el cual se presentan en diferentes ámbitos que cautivan los viajeros, este tipo de espacios se comparten en áreas recreativas lugares de ocio y esparcimiento, sin embargo, se asemejan en otro tipo de turismo, no de ocio y recreación, sino trabajo, debido a la gran cantidad de empresas que están cerca de la zona comparten mismas actividades dejando también así una forma de realizar una actividad con forma de provecho para las comunidades.

Este tipo de motivo de desplazamiento hace que se generen actividades tanto culturales, naturales, ocio y otras, ambas contienen una riqueza natural y cultural que son aprovechadas por los locales, este tipo de semejanza dado en un turismo cultural, y espacios naturales hacen que sean destinos de elección para las personas. Mismos que se han desarrollado actividades, se crean formas de conocer un poco más el lugar donde se encuentran, estableciendo un lugar para pernoctar, con preferencia son hosterías debido a la comodidad que se brinda en la misma hace que sean formas de pernoctar en el destino.

Dimensión 3: Servicios turísticos

San Luis de Guachalá

Cuniburo



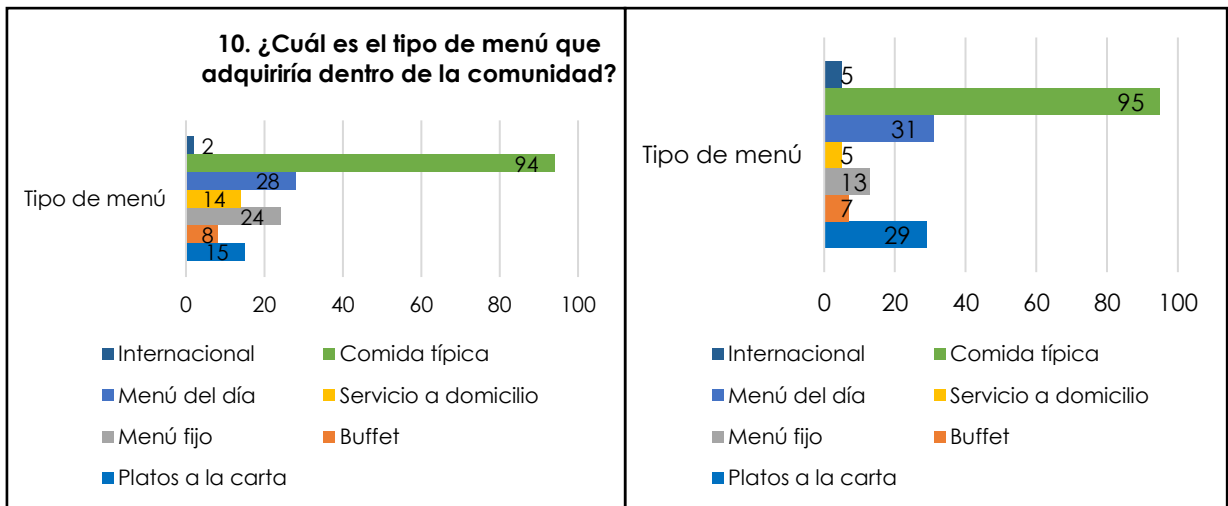


Figura 6. Servicios turísticos

Continuamente el tener ya un punto de partida para la atención y recepción de personas hace que esta necesidad sede para investigar y conocer mucho más los servicios que brindan, es así, que se presenta la cantidad de noches de pernoctación, 82, mientras que en la siguiente es 80 personas, mientras que el tipo de acomodaciones es doble, debido a la cantidad de personas que acuden son familias y parejas por ende son este tipo de mercado el que adquiere de este servicio. La preferencia de las personas para la elección de un menú es la comida típica, debido a la gran diversidad cultural que tienen en la zona.

Dimensión 4: Promoción servicios turísticos

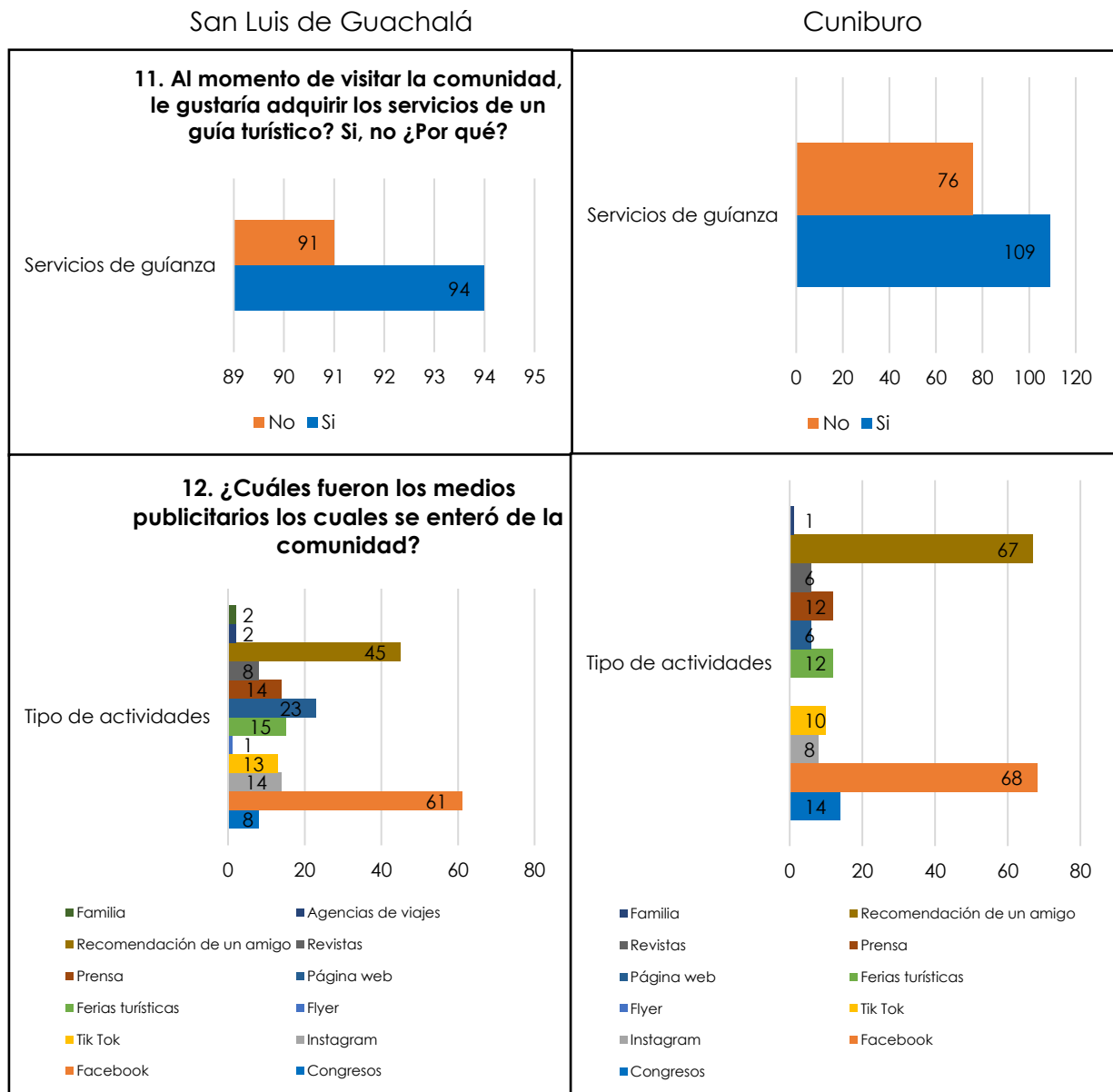


Figura 7. Promoción servicios turísticos

La interpretación va de la mano con las manifestaciones culturales, por ende, las personas les gustaría adquirir un guía local de esta forma también se da importancia a los operadores locales a fortalecer la cultura, servicios y potencializar la actividad dentro del territorio, llevando consigo difundir los servicios para captar segmentos de mercado internacional y fortalecer las formas de dinamización económica dentro del territorio. Es así como el medio publicitario que las personas logran conocer es Facebook, medio el cual permite difundir mucho más estos productos y destinos presentes.

d) Incidencia de la oferta de servicios y demanda turística

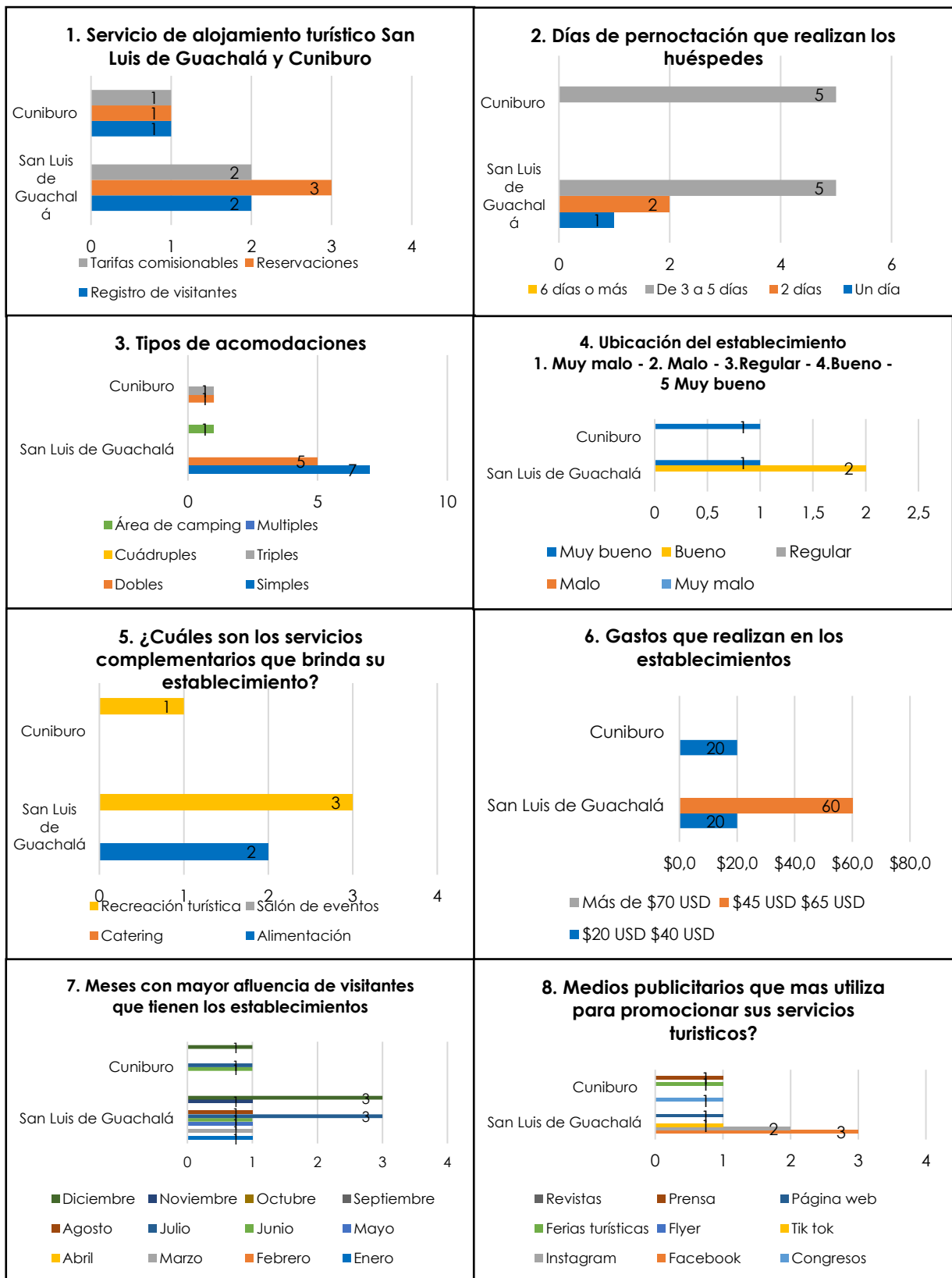


Figura 8. Análisis zonas de estudio alojamiento

Los establecimientos de alojamiento turístico presentes en estos destinos son cuatro, distribuidos de la siguiente manera: San Luis de Guachalá tres establecimientos, Cuniburo uno, cada uno aportando directamente al territorio para la pernoctación y hospedaje de turistas. De la misma manera esto favorece al área dinamizar económicamente con participación de visitantes, estos dan uso a los servicios presentes, favoreciéndose así también por su ubicación geográfica, debido a la conectividad vial y espacios que permiten salir de la zona de confort. Sin embargo, los espacios donde existe un desconocimiento de la actividad no favorecen completamente.

Al poseer mayor cantidad de servicios las preferencias de los turistas van conforme a la comodidad y calidad del servicio dado, integrando espacios de recreación y alimentación como complemento de la actividad, dando así remuneraciones que favorecen a cada área. De un 100% de gastos que realizan las personas, un 29% de ese favorecen a la zona, en cambio en la siguiente de un 100% el 86% favorecen por la mayor cantidad de establecimientos que cuenta esta. Esto permite a los emprendedores crear más espacios de descanso y ocio según la temporada en la que se encuentren, poseen una mayor cantidad de personas que requieran de los productos, permitiendo difundir a través de espacios publicitarios con la finalidad de contener una mayor demanda a lugar.

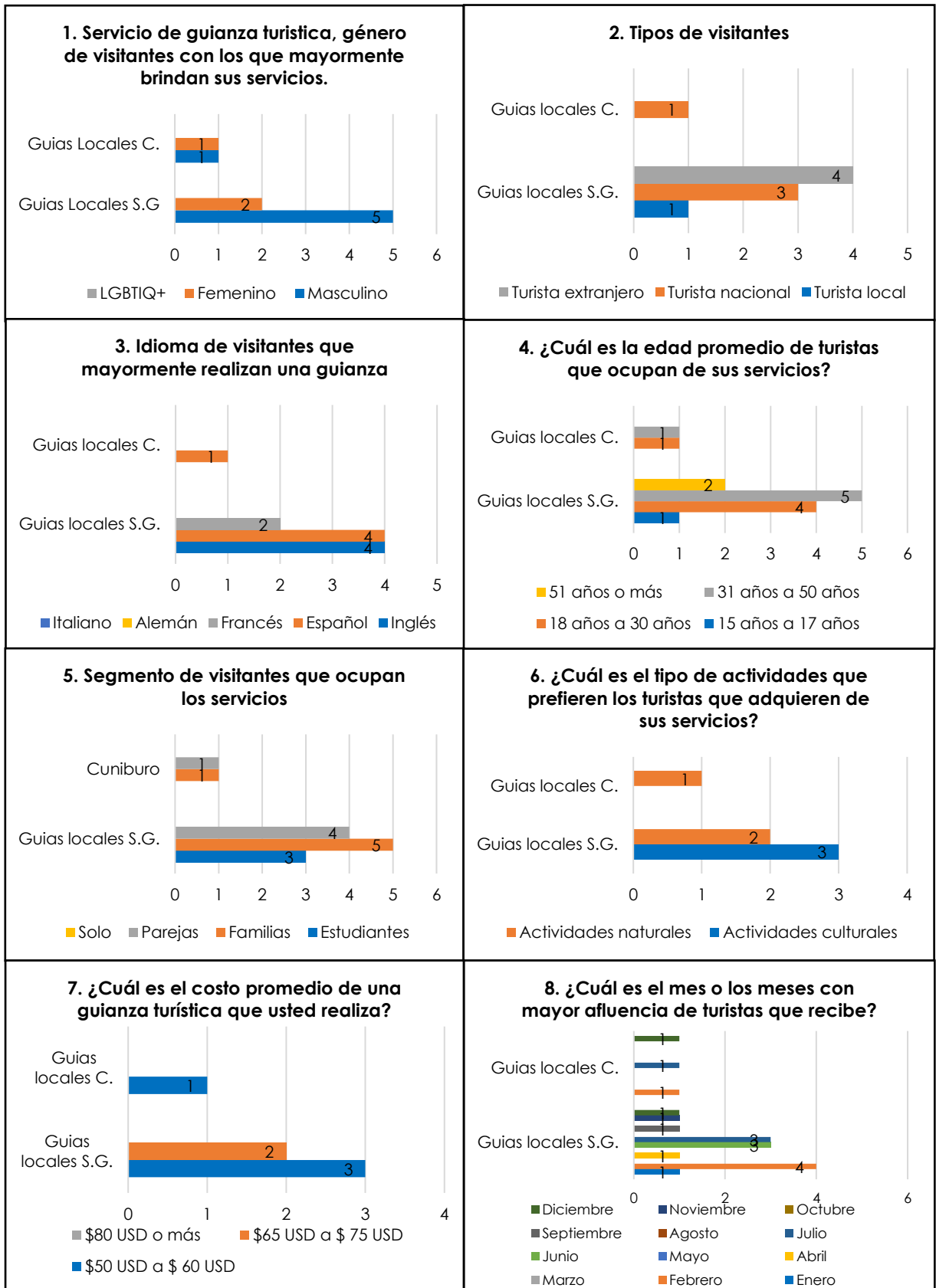
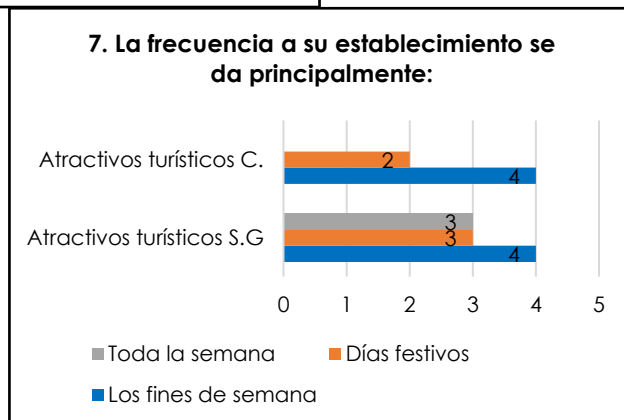
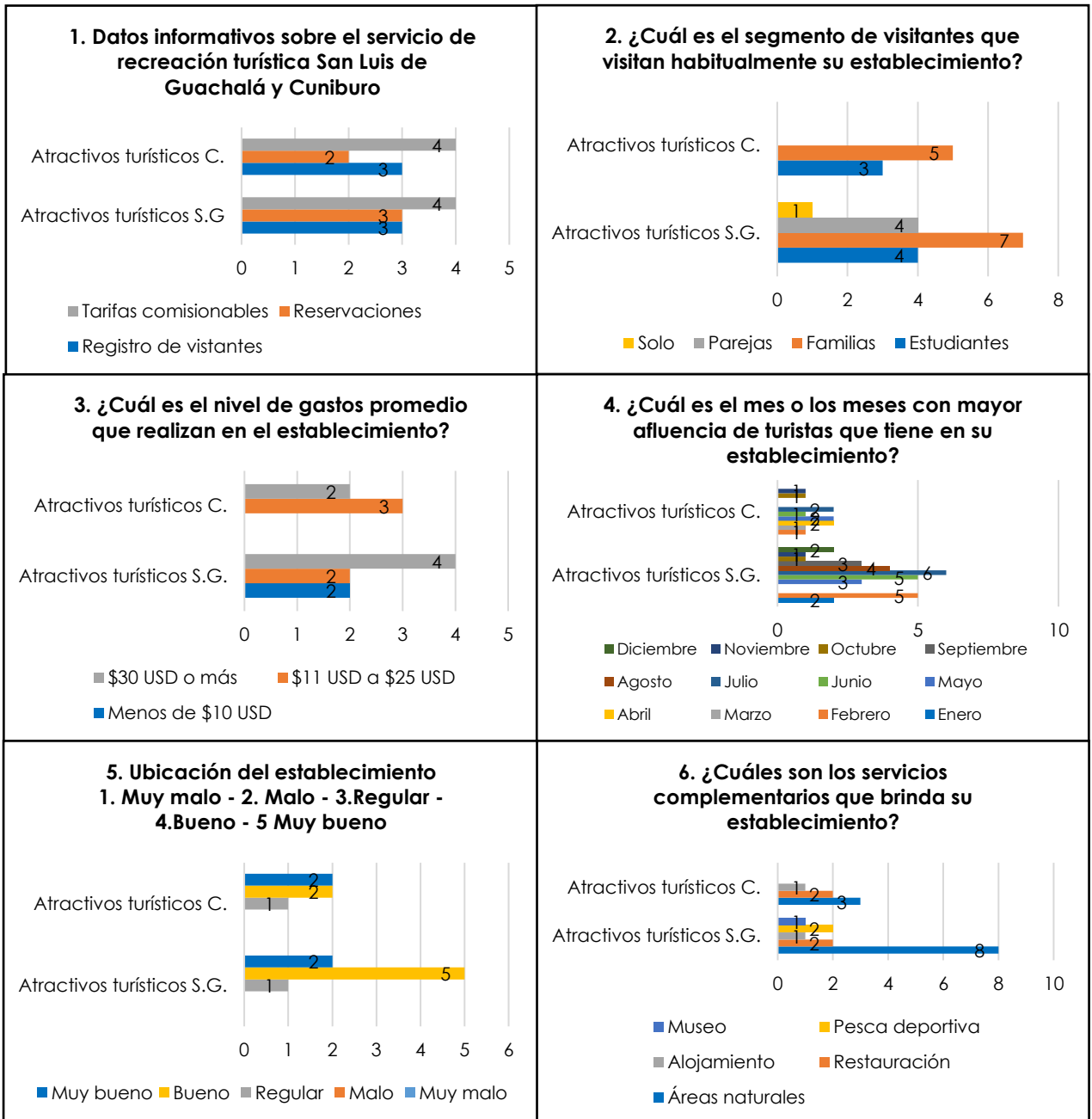


Figura 9. Análisis zonas de estudio guianza

La guianza turística que comparten en el territorio es dada por guías locales, este lugar al estar posicionado por una gran variedad de atractivos turísticos permite enriquecer la interpretación de las actividades naturales y culturales con mayor fluidez debido al dominio grupos de personas de diferentes nacionalidades comprenden las necesidades de los turistas y favorecen al lugar a innovar en los productos ofertados. Los intérpretes locales poseen mayor demanda de grupos extranjeros y por ende necesitan de un mayor conocimiento del idioma además deja consigo gratificaciones que aportan al atractivo y a la zona, en cambio otro prestador independiente no maneja grupos extranjeros el cual no logra desempeñar adecuadamente el idioma no obstante fomenta la participación de grupos a conocer sobre la riqueza cultural y natural que posee este destino.

El mayor interés de las personas para una guianza son grupos de jóvenes y adultos quienes solicitan información sobre la cultura, tradiciones y saberes ancestrales que pueden ser aprovechados en periodos y espacios de tiempo para relacionarse con otros establecimientos y crear necesidades en los consumidores y puedan consumir de los servicios logrando generar productos de calidad con valores agregados de tal forma que incentiva a las personas a formarse, fortalecer y crear espacios de interés para los visitantes.



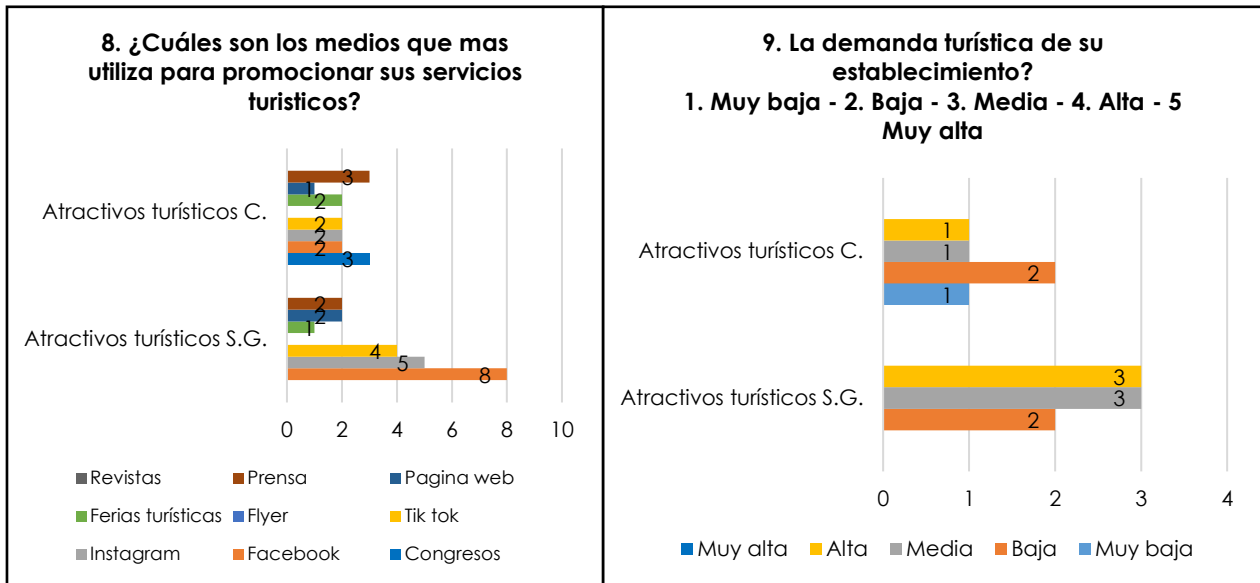


Figura 10. Análisis zonas de estudio recreación turística

Los establecimientos de recreación registrados dentro de las comunidades son 13 de las cuales están distribuidas de la siguiente manera: Cuniburo establecimientos culturales cinco, San Luis cuatro y finalmente identificándose establecimientos naturales en San Luis cuatro. Estos atractivos fortalecen la economía local del área, permitiéndoles a las familias tener un sustento económico de la actividad y fomentar a demás a mejorar sus servicios con precios justos y adecuados para la recepción de los viajeros.

La mayor cantidad de establecimientos registrados, permiten conocer que existe mayor afluencia, pero, esto no deja de lado que exista operaciones dentro de la otra zona, lo que genera también es las remuneraciones van con sobre saliendo de un 63% de gastos lo que genera es que existe remuneración por la actividad dada esta va de la mano con los servicios complementarios que tienen los atractivos, así también el 90% de gastos son por la ubicación en la que se encuentran estos y benefician a implementar mayor infraestructura, para la recepción de temporadas altas y evitar una sobre carga dentro de los atractivos.

Estos atractivos también se dan a conocer a través de medios publicitarios como Facebook, Instagram y tik tok, con inversiones que las realizan para crear confianza en los productos dados y que se puedan compartir con demás personas y atraer un segmento de mercado diferente fomentando la participación de los locales dentro de la actividad. Asumiendo este tipo de espacios, reflejan que su demanda oscila entre, muy baja y alta y apuntar siempre a tener un posicionamiento de los circuitos

ofertados generando plazas de empleo, convenios con agencias de viajes y fomento a los jóvenes a seguir creando nuevos escenarios para el ocio y turismo local e internacional.

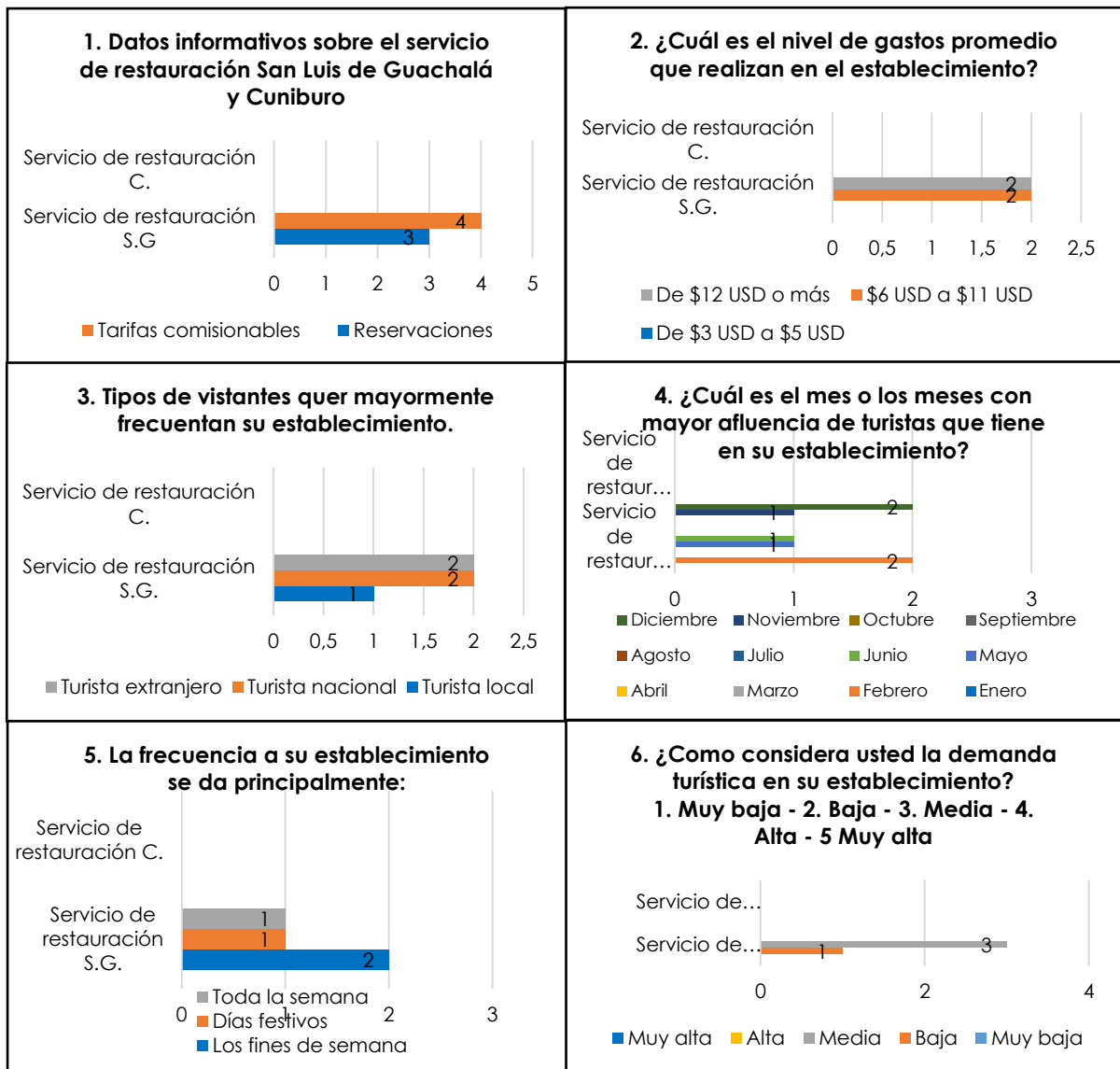


Figura 11. Análisis zonas de estudio restauración

El espacio destinado para la investigación se analiza los servicios, estos registran cuatro prestadores de restauración en Guachalá, no obstante, en Cuniburo no registra establecimientos, estos están integrados dentro de los atractivos como servicio complementario esto no significa que la comunidad pueda fortalecerse en el turismo, sino es un fomento a la inversión y apuesta de mejoras.

Al contener mayor adecuación para la recepción de viajeros interesadas en el área, permiten la creación de mayor infraestructura, atender las necesidades de estos, asimismo, el no poseer establecimientos adecuados, no conlleva que no se oferte

este servicio, sino al contrario, los prestadores brindan este servicio bajo reservaciones y mirando las necesidades, a largo plazo pretenden implementar mayor infraestructura que les permita solventar la demanda percibida y poder ser también parte del mercado.

La incidencia de la oferta de servicios turísticos es evidente, debido a la cantidad de establecimientos presentes en la zona, se evidencia que existe una mayor cantidad de prestadores de servicios, emprendedores y comerciantes. Al poseer un atractivo no definido genera que estos no sean conocidos llegando a su vez al declive de este, con escasa afluencia de visitantes en los establecimientos.

La demanda va de la mano de la oferta de los servicios turísticos ya que, al poseer un segmento de mercado, un tipo de cliente, cantidad de afluencia, medios de promoción, días de frecuencia permiten analizar sobre las actividades que se pueden potencializar e innovar para captar una mayor cantidad de posibles consumidores y clientes potenciales, que difundirán acerca de los productos presentes y estos puedan seguir complementando con infraestructura, bienes y servicios con un valor agregado.

4.2. DISCUSIÓN

Para la elaboración de la presente discusión se considerara investigaciones que permitan relacionarla con estudios anteriores mismas que se tomaran en cuenta como los antecedentes investigativos, metodología y resultados para su previa interpretación.

En primer lugar, uno de los objetivos específicos es fundamentar bibliográficamente las variables de estudio oferta de servicios turísticos y la demanda turística para el sustento de la investigación. El mismo permitió conceptualizar las variables de estudio con teorías de diferentes autores mismas que permitieron dar a conocer sus dimensiones e indicadores para su posterior análisis y puesta en marcha de los instrumentos elaborados.

En segundo lugar, se realizó el diagnóstico de la oferta de servicios turísticos de las comunidades objetivo de estudio, recopilando esta información con una ficha de observación, misma que permitió dar a conocer la cantidad de establecimientos, prestadores de servicios y establecimientos que están trabajando juntamente con la comunidad y en beneficio hacia el turismo. Posteriormente se aplicó una entrevista a los técnicos del cantón Cayambe, donde permitió recolectar análisis de estos sobre la actividad turística, infraestructura, servicios y roles de los encargados para dar a conocer la diversidad de los atractivos que cuentan estos destinos.

Los prestadores de servicios turísticos registrados en la primera zona son 20 de los cuales la oferta dada esta integrada con actividades complementarias que no se relacionan entre sí, pero cada una contribuye al fortalecimiento del turismo comunitario, sin embargo, la actividad de la comunidad de Cuniburo, dada por siete establecimientos que buscan también la participación y organización de emprendedores con la iniciativa de compartir y dar a conocer sus productos, estos hacen que sean parte de un producto de la zona con riqueza natural y cultural.

Esta va relacionada con la investigación de Moya y Brenes (2014) debido al planteamiento de etapas de la investigación que trae consigo recopilar información de proyectos, georreferenciación y procesamiento de la información, lo que permite mencionar que la actividad va relacionada con la ubicación y la cantidad de servicios que oferten dentro del destino para complementar las actividades que se desarrollen dentro y exista un motivo para pernoctar dentro del lugar y lograr generar desarrollo económico, y un subdesarrollo turístico.

Conjuntamente, con la investigación de López y Pacheco (2019) con la calidad de servicios turísticos emplean una metodología cualitativa para analizar la fiabilidad de las variables, presentan una mala infraestructura para alojarse dentro de la zona y esta sea considerada como un lugar de compras y recreación. Impartiendo relación entre el análisis de Tutillo y Yugsi (2020) menciona fortalecer la oferta turística a través de la metodología, de campo, donde se recolecta información acerca de servicios que integran estas comunidades para su posterior análisis y diagnóstico de las comunidades para conocer los servicios turísticos que integran cada uno con forma de innovar productos turísticos y actualizar conocimientos acordes a la actividad comunitaria, fomentando proyectos de inversión y tener una mayor demanda.

En tercer lugar, se dio cumplimiento al tercer objetivo que es determinar la demanda turística de las zonas de investigación, con instrumentos y métodos de investigación, como encuestas aplicándolas a los visitantes, estas fueron realizadas calculando la muestra de la población, dando como resultado 370 encuestas distribuidas para los 27 establecimientos de los puntos geográficos. Esta aplicación de las encuestas a viajeros nacionales, e internacionales permitiendo conocer la cantidad de servicios brindados, pernoctaciones dentro del territorio, gastos generados, el perfil del visitante y motivo de visita el cual le ha permitido desplazarse hacia los territorios.

Dentro de este informe permite reflejar la similitud en las encuestas dadas, distribuidas por segmentos y ejecutadas en diferentes sitios y espacios de tiempo, por ende, se muestra una variación en los resultados presentemente se evidencia que la comunidad Guachalá tiene una constante frecuencia de visitantes a los diferentes sitios de interés de esta, en cambio Cuniburo posee también preferencia por los servicios y las actividades dentro de las zonas. De esta forma se evidencia la gran cantidad de visitantes nacionales y extranjeros en el destino.

Serrano, Freire, y Villafuerte (2018) mencionan, la aplicación de indicadores que miden las noches de pernoctación, segmento de huéspedes y comportamiento de los visitantes nacionales e internacionales, quienes describen la perspectiva de la afluencia de los visitantes de cada lugar, deben dar soluciones en ámbito turístico con la participación de la academia para realizar actividades técnicas áreas de recreación, ocio y dispersión, pero este tipo de actividades se prestan acorde a perfil y segmento de personas que soliciten de los servicios.

La relación que tiene este estudio con Trueba, et.al. (2020) quien recolecta información sobre el perfil, y aspectos que integra el sistema turístico, para lograr una mayor oferta y demanda turística es necesaria considerar parámetros como accesibilidad del atractivo, costos, infraestructura, elementos que son indispensables para la acogida de viajeros que promueve el desplazamiento de turistas a ese lugar.

Definir la incidencia de la oferta de servicios turísticos en la demanda turística de las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo, el cual se realizó la interpretación de los resultados verificando la cantidad de servicios turísticos, donde se presenta a la oferta de servicios turísticos con la incidencia en la demanda, la organización y planificación por parte de los servidores turísticos y la municipalidad comparten un interés a fin en de satisfacer necesidades a través de las experiencias que han percibido las personas que acuden a este destino de la misma manera esto permite que se pueda generar ingresos, adecuar la infraestructura, rutas y sitios de interés con un equilibrio competitivo entre la oferta y demanda turística en estas zonas.

Este va parcialmente relacionado con la investigación de Tulcán (2019) oferta y demanda turística de las comunidades, de la parroquia Ambuquí con el análisis de las mismas con una metodología, cualitativa y cuantitativa de una comparación de la oferta turística con cantidades de emprendimientos y servicios, mismo que han disminuido su demanda turística debido a su ubicación y desconocimiento de actividades que se puedan realizar dentro de este espacio. El turismo comunitario parte de la relación entre la comunidad con los visitantes, dando un desarrollo de viajes organizados con la participación de miembros utilizando recursos naturales para complementar estas con actividades económicas diarias y revalorizar los recursos culturales y naturales locales (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2018). El turismo por sus atractivos con mayor relevancia se encuentra fuera de la ciudad de Cayambe, sin embargo, para la llegada de estos destinos deben acudir por centros con un gran potencial turístico. (GADIP Cayambe, 2020) Los productos turísticos y su categorización, son dados en productos clave, consolidación y estratégicos, estos se dan acorde a la gestión e inversión y posicionamiento para mejoras en su competitividad y elevar su atractividad.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. La comunidad San Luis de Guachalá presenta en su oferta 20 prestadores de servicios turísticos los cuales activamente participan en el fomento del crecimiento turístico comunitario donde destina a las visitantes actividades de ocio, negocio u otros, no obstante la comunidad vecina Cuniburo presenta también 7 prestadores de servicios turísticos estos servicios y actividades no son iguales, sino son destinos con fines sostenibles y agrícolas donde el producto principal es granjas agroecológicas que captan un segmento de mercado diferente al de la primera zona. Así también con los análisis de los técnicos de la unidad de turismo, buscan aprovechar estos espacios para dar a conocer la riqueza cultural y natural que tienen en el territorio por lo tanto se puede mencionar que la primera comunidad posee mayor cantidad de servicios y productos por ende esta puede ofertar productos y programas para cualquier tipo de mercado que deseen dirigirse, así también Cuniburo puede aprovechar este espacio como un turismo CAVE y dinamizar su economía local.
2. La recopilación de datos se dio en cuatro dimensiones donde se presentan datos generales de ambas zonas, siendo un total de 370 turistas locales, nacionales y extranjeros en el cual existe similitud de cantidad de visitante en ambos territorios con un 55% de segmento femenino en los dos territorios y un 45% de género masculino el cual es evidente que la preferencia femenina acuda a estas zonas, de la misma manera el rango de edad está en 31 a 50 años lo que es preferencia para adultos la visita, así mismo comparten lugares de procedencia como Estados Unidos, Colombia, forman parte las personas que acuden a estas, también comparten similitud la afluencia de provincias vecinas del país, debido a la distancia que se encuentran estas. Gastos de las personas que mayormente hacen son 5\$ USD a 20\$ USD evidente la cantidad de gastos se dan en Guachalá en áreas recreativas, alojamiento, restauración y agroturismo con afinidad en turismo cultural, natural y trabajo, espacios donde fomentan la participación de servicios en alojamiento como hoteles,

hostales y hacienda turística. En cambio, en la pernoctación es notoria que las personas prefieren espacios naturales y prístinos naturales donde prefieren quedarse más de dos días en las comunidades con acomodaciones de tipo simples y degustaciones de comida típica que permite ofertar e interpretarse a través de un guía local. La promoción es importante, esta también se da como un punto para captar nuevos clientes y fomenten el turismo local y comunitario. Cabe mencionar de las 370 encuestas dadas, la oferta de los servicios turísticos en la demanda por la gran cantidad de servicios dados, estos son referentes para crear más espacios de emprendimientos turísticos y fomento a locales en la iniciativa del turismo. Dada la recopilación de información de la demanda turística es notoria que hay abundancia en servicios que son adquiridos en San Luis de Guachalá, sin embargo, Cuniburo puede mejorar estos escenarios para captar mayor interés en los visitantes con proyecciones a corto, mediano y largo plazo.

3. Con la recopilación de los resultados dados permite analizar la cantidad de establecimientos y actividades ofertadas y demandas dentro de los territorios y escenarios de esparcimiento. De tal manera que la zona de San Luis contiene 20 establecimientos dentro de ellos, prestadores de servicios, mientras que Cuniburo solo tiene siete, de esta manera, es evidente que al poseer una mayor cantidad de establecimientos exista mayor demanda de visitantes, no obstante las cifras de las encuestas realizadas reflejan cifras semejantes entre sí, dando como resultado final, la zona de San Luis, posee mayor oferta de servicios turísticos y mayor demanda de visitantes locales, nacionales y extranjeros.
4. Las comunidades al estar posicionadas en un territorio específico han solido aprovechar espacios para implementar y adecuar su infraestructura, de tal manera que dan un escenario a los viajeros con comodidades y formas de dispersión. La forma de venta de los productos locales y servicios por parte de los dirigentes y entidades públicas, juegan un rol importante el cual, a través de diferentes medios de comunicación promocionan la riqueza natural cultural que tienen estas áreas, por lo tanto al realizar el estudio de la oferta de los servicios turísticos y la demanda turística de las comunidades, se recapitula en las cifras, diagnósticos, análisis y entrevistas que la oferta de los servicios si incide en la demanda turística, porque, al poseer una mayor cantidad de

establecimientos de todo tipo de actividades, las personas buscan a su conveniencia en cada lugar, sean estos aventura, fotografía, observación de flora y fauna, gastronomía, entre otros. Dando como resultado final la afluencia de turistas y un crecimiento económico comunitario.

5.2. RECOMENDACIONES

1. La interacción y participación de entidades públicas dentro de estas áreas son importantes debido al financiamiento económico y promocional que les brinda, esto permite crear mayores puntos de interés y cambiar metodologías de trabajo para ser destino sustentables e innovadores. Es importante también seguir apoyando a los emprendimientos locales con proyectos de inversión y capacitaciones en todas las áreas que forman el sistema turístico.
2. El fomento de alianzas estratégicas entre prestadores permite compartir sus productos entre sí o también creando un solo, con esta forma se puede atender las necesidades de los turistas. Además, buscando una forma de autogestionar proyectos de inversión turísticos con organizaciones y fundaciones para crear escenarios con visiones de crecimiento turístico local y comunitario.
3. Estas comunidades tienen sitios de interés que pueden servir como aulas de estudio para docentes, estudiantes y científicos que buscan innovar con productos, instrumentos y otros, de tal manera que estas áreas sean destinadas como destinos turísticos y académicos dando así un aporte social y técnico que sea un beneficio para la comunidad y la academia.
4. La innovación y creación de productos permiten atraer mayores visitantes aun destino con la finalidad de atender sus necesidades dentro de ese territorio, a través de actividades representadas por locales del lugar y el fomento de la actividad turística. Estos servicios de alojamiento, recreación, guianza y restauración son aspectos que necesitan ser mejorados para lograr contener una mayor demanda y así los prestadores también logren ofértalo adecuadamente por diferentes espacios publicitarios.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, R. (2013). *PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE SAN LUIS DE GUACHALÁ, PROVINCIA DE PICHINCHA, PARA MEJORAR LA SITUACION SOCIO-ECONÓMICA DE LA POBLACIÓN*. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL FACULTAD. <https://doi.org/10.1190/segam2013-0137.1>
- Agencia Nacional De Regulación Y Control Del Transporte Terrestre Transito Y Seguridad Vial. (2014). Reglamento de transporte terrestre turístico. *Lexis*, 1–14.
- Aguilar, V. (2016). Características de la oferta de servicios de restauración en los hoteles de Sevilla. *El Turismo y La Experiencia Del Cliente: IX Jornadas de Investigación En Turismo*, 187–216. Retrieved from <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/51769/aguilarescobar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Antonietti, B. (2017). Servicios turísticos, 6. Retrieved from <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Turísticos.pdf>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación* (6th ed.). Caracas - República Bolivariana de Venezuela: EPISTEME, C.A.
- Báez, D. (2016). *LA OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y HOSPEDAJE Y SU INCIDENCIA*. Universidad Técnica del Norte.
- Barreno, S. (2010). *MANUAL DE GUÍAS DE TURISMO Y Tipos de guías y funciones principales*. CHIMBORAZO.
- Bedoya, J. (2014). *Marketing turístico y su relación con la oferta de servicios turísticos de la Reserva Forestal Teligote en el cantón Pelileo, en el período Enero – Junio 2014*". UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.
- Boullón, R. (2006). *PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO*. Trillas (4ta edición, Vol. 3). México.
- Boullón, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico*. Trillas. Retrieved from

<http://prepacihuahatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico/robertoc.boullon.pdf>

Cánovas, V. (2017). *Análisis de la oferta y la demanda en el Turismo de las prácticas de actividades físicas de aventura en la naturaleza*. Retrieved from UNIVERSIDAD DE BARCELONA

Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoques y tipo de investigación. *Biblioteca Electrónica de La Universidad Nacional de Colombia*, 12. Retrieved from <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36805674/l-Variables-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1653361889&Signature=eO6z2PBQDzgubJJ6damu6NVxdnnLpMtrXCgatFeHvI4bhx5FpaA-hnikC~Ac4QZsSzSgxdZLSDnlQ5972oWVzEkQoF6tQmvJqQFvWI3Tx3jSvwwUKRfhyw6-pnY9Uz1K1QGoLRrdb7yln4YQ>

Chalapud, A., & Quiroz, L. (2014). *ESTUDIO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA CIUDAD EL ÁNGEL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI*. Plan. Universidad Técnica del Norte.

Constante, D. C. (2013). *DIFUSIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y SU IMPACTO EN LA DEMANDA TURÍSTICA DEL CANTÓN PÍLLARO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.

Editorial Vertice. (2008). *Marketing turístico*. España.

Editorial Vértice. (2008). *Marketing Turístico*, 31.

Escalona, M., Peña, F., & Hiriarte, R. (2012). Oferta turística y perfil sociocultural de los empresarios turísticos del borde costero de la Araucanía, Chile. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 21(2), 306–321. Retrieved from http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322012000200002&script=sci_arttext

Flores, D., & Barroso, M. (2012). La Demanda Turística Internacional. *Revista De Economía Mundial*, 127–149.

GADIP Cayambe. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*, 59.

GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2018). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible e Innovación del Cantón Cayambe 2017-2022*. GADIP Del

- Municipio Del Cantón Cayambe*, 1(1), 120. Retrieved from <https://cayambeturismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/PlanEstratégico2018.pdf>
- Gallardo, E. (2017). Metodología de la Investigación. *Universidad Continental*, 1, 98. Retrieved from https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf
- Garduño, S. (2002). ENFOQUES METODOLÓGICOS EN LA INVESTIGACIÓN EDUCATIVA. *Investigación Administrativa*, (91).
- Godoy, V. (2020). SITUACIÓN TURÍSTICA DEL RECINTO LOS LOJAS DEL CANTÓN DAULE PARA EL REDISEÑO DE ESTRATEGIAS DE GESTIÓN TURÍSTICA. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD.
- Granada, J. (2022). Análisis de la diversificación de actividades turísticas del cantón Cayambe durante el período 2015-2019. *Braz Dent J*.
- Guerrero, M. A. (2016). Grupo focal, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.37423/211004910>
- Guilcapi, V. (2020). CALIDAD Y OFERTA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS CHAKANA LODGE PARROQUIA SAN JUAN, CATÓN. UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO. Retrieved from <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/2826/1/UNACH-FCP-DER-2015-0074.pdf>
- Hernández, R., Fernández, A., & Orama, A. (2020). Idea a defender: una concepción teórico-metodológica para su tratamiento en las tesis de maestría y doctorado. *Académica Sin Frontera*.
- Ignacio, R. (2013). La Comercialización De Servicios Turísticos: N. *Revista Asturiana de Economía*, 9.
- Lisboa, J. L. C., & Maldonado, J. F. J. (2018). Investigación Cualitativa: Enfoque Emic-Etic. *Revista Cubana de Investigaciones Biomedicas*, 37(4), 1–4.
- López, G. K., & Pacheco, H. G. (2019). La calidad y Servicios Turísticos en la Parroquia de Salinas de Guaranda, Provincia de Bolívar., 1–16. Retrieved from <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49931/1/Diseño De Un Plan De Promoción Turística Digital Del Cantón Guaranda De La Provincia De Bolívar.pdf>

- Luna, L. D. (2021). ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA RUTA DEL RÍO DEL CANTÓN QUEVEDO, 2020.
- Malagón, G. V., Morales, J. Á., Malagón, A. J. V., Calderón, N. C., Santos, A. B., & Amador, G. E. L. (2014). Paradigmas En La Investigación. Enfoque Cuantitativo Y Cualitativo. *European Scientific Journal*, 10(15), 523–528.
- Mamani, W. (2016). Demanda Turística. Retrieved from <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Manobanda, M. (2015). *ESTRATEGIAS DE MARKETING INCIDEN EN LA OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA AGENCIA DE VIAJES ECUAEXPLORER CÍA. LTDA. EN LA CIUDAD DE AMBATO*. Repositorio Institucional de la Universidad Técnica de Ambato. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO. Retrieved from <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/12640>
- Martín, J. A. (2014). *Las nuevas formas de turismo. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Mejía, L., & Bolaño, L. (2014). La calidad de las ofertas turísticas en el departamento de la Guajira-Colombia. *Dimensión Empresarial*, 12(1), 139–149. <https://doi.org/10.15665/rde.v12i1.76>
- Ministerio de Turismo. (2016). Reglamento de alojamiento turístico. *Lexis*, 3, 1–17. Retrieved from <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2018a). Desarrollo de Destinos y Servicios Turísticos 2018 – 2020, 28. Retrieved from https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/Anexo-0.-13-11-19_PROY_DESTINOS_SERVICIOS.pdf
- Ministerio de Turismo. (2018b). Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. *Lexis Finder*, 1–17. Retrieved from https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- Ministerio del Turismo. (2016). Reglamento De Operación e Intermediación Turística, 1–65. Retrieved from https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Registro-establecimientos-turisticos/Agencias-viajes/Lexis_REGLAMENTO_DE_OPERACION_E_INTERMEDIACION_TURISTICA.pdf
- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y

- clasificación. *Visión Gerencial*, 0(1), 135-158–158. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>
- Moya, M., & Brenes, L. (2014). Oferta de servicios turísticos presente en el cantón de San Ramón, Alajuela Costa Rica. *Pensamiento Actual*, 14(23), 93–114.
- Naranjo, M., & Martínez, M. de los A. (2022). La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. *Encuentros*.
- Pérez, F. (2016). *Las Áreas Naturales Existentes En El Corredor Del Río Ambato Tramo Tilulún – Puente Negro Y Su Influencia En La Generación De Actividades Turísticas Recreacionales Del Cantón Ambato Provincia De Tungurahua*. Univ. Técnica de Ambato. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO. Retrieved from https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23443/1/TESIS_Fernando_Pérez_con_firmas.pdf
- Pico, E., Suárez, K., & Tomalá, C. (2017). La planificación presupuestaria y su incidencia en la gestión financiera en las empresas de la provincia de Santa Elena. *Revista de Planeación y Control Microfinanciero*, 3(9), 1–10.
- Pretelt, J. (2018). Servicios Turísticos. Retrieved from <https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>
- Quillupangui, S. (2019). Análisis de la gestión del turismo comunitario en la comunidad Cariacu, parroquia San José de Ayora, cantón Cayambe, provincia de Pichincha, 110. Retrieved from <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7024/1/T3029-MGD-Quillupangui-Analisis.pdf>
- Rendón, M., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). Estadística descriptiva. *Atencion Primaria*, 6(4), 249–253. <https://doi.org/10.2307/j.ctvvngkg.5>
- Santamaría, E., & López, S. de los A. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24, 417–434.
- Serrano, A. L., Freire, S., & Villafuerte, E. (2018). Estudio y aplicación de indicadores turísticos en la oferta y demanda turística por periodos de tiempo en la ciudad de Cuenca - Ecuador, 6(1), 156–164.
- Socatelli, M. (2013). Demanda turística. *Mercadeo Aplicado Al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*, 1–6.

- Terry, J. (2019). Información turística en el contexto de un destino territorial. Retrieved from <https://www.terryconsultores.com/2019/08/02/informacion-turistica-2/>
- Torres, J., & Solórzano, M. (2017). EL ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN HOGARES: UNA ALTERNATIVA DE NEGOCIO PARA LA DINAMIZACIÓN DE LA ECONOMÍA EN LA PARROQUIA DE CANOA (DESTINO DE SOL Y PLAYA) DESPUÉS DEL TERREMOTO DEL 16 DE ABRIL Jairo. *International Journal of Scientific Management and Tourism.*, 3, 259–271.
- Trueba, B. A., Avalos, M. K., Hormaza, S. L., & Rodríguez, A. D. (2020). Análisis De La Oferta Y Demanda Del Atractivo Turístico: Playa De San Lorenzo. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 24(104), 88–94. <https://doi.org/10.47460/uct.v24i104.370>
- Tulcán, N. M. (2019). OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LAS COMUNIDADES DE EL JUNCAL, CARPUELA, EL RAMAL Y CHOTA, PARROQUIA DE AMBUQUÍ, IMBABURA, ECUADOR. Retrieved from http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/handle/UNSCH/753/Tesis_C154_Cam.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tutillo, M., & Yugsi, R. (2020). *Estudio de los servicios turísticos comunitarios para el fortalecimiento de la oferta turística en el Cantón Cayambe.*
- Venegas, J. (2020). CALIDAD Y SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO. UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO. Retrieved from <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/2826/1/UNACH-FCP-DER-2015-0074.pdf>
- Villalta, M. (2009). Analisis de la conversacion. Una propuesta para el estudio de la interaccion didáctica en sala de clase. *Estudios Pedagogicos*, 35(1), 221–238. <https://doi.org/10.4067/S0718-07052009000100013>

VII. ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

ESTUDIANTE:	Cisneros Escobar Walmore Francisco	CÉDULA DE IDENTIDAD:	1728788066
PERIODO ACADÉMICO:	2023 A		
PRESIDENTE TRIBUNAL	MSC. GUEVARA ROSERO JAIRO MAURICIO	DOCENTE TUTOR:	MSC. CHANDI YÉPEZ ALONSO JAVIER
DOCENTE:	MSC. ANDRADE PALACIOS ESTEBAN WLADIMIR		
TEMA DEL TIC:	"La oferta de servicios turísticos y la demanda turística de las comunidades San Luis de Guachalá y Curituro"		
No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	8,00	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8,00	
3	METODOLOGÍA	7,67	Exponer de forma clara la metodología
4	RESULTADOS	7,33	Exponer de forma concreta los resultados de cada una de las dimensiones del estudio
5	DISCUSIÓN	7,67	Mejorar la discusión
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	7,33	Describir de forma técnica los resultados obtenidos dando respuesta a los objetivos específicos planteados
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7,67	Mostrar seguridad y conocimiento sobre el tema, argumentar técnicamente las respuestas dadas al tribunal, mejorar la presentación de las diapositivas
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	10,00	

Entendiéndose una nota de: **8,37** Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **miércoles, 26 de julio de 2023**


MSC. GUEVARA ROSERO JAIRO MAURICIO
PRESIDENTE TRIBUNAL


MSC. CHANDI YÉPEZ ALONSO JAVIER
DOCENTE TUTOR


MSC. ANDRADE PALACIOS ESTEBAN WLADIMIR
DOCENTE

Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Cisneros Escobar Walmore Francisco
Fecha de recepción del abstract: 28 de julio de 2023
Fecha de entrega del informe: 28 de julio de 2023

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9,5 por lo cual se valida dicho trabajo.


Atentamente



Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

Anexo 3. Fichas de levantamiento de información

Tabla 17. Ficha de alojamiento turístico

Fichas (Alojamiento turístico)											
Datos generales											
Provincia	Ciudad	Cantón	Parroquia	Comunidad	Ficha Nro.	Fecha					
Pichincha	Cayambe	Cayambe	Cangahua	San Luis de Guachalá	0001	23-07-2022					
Latitud	Longitud	Altura	Dirección	Clima	Temperatura						
0°0'6.52"S	78°10'35.36"W	2745 msnm.	San Luis de Guachalá SN sector bola de Guachalá	Frío	18°						
Información del establecimiento											
Nro.	Nombre del administrador	Teléfono/Celular	Correo electrónico	Nombre del establecimiento							
1	Diego Bonifaz	0969110019/0980258726	mpoa0726@hotmail.com	Hacienda Guachalá							
2	Fernando Coyaguillo	0967072693	rafer001@hotmail.com	Camping "mitad del mundo"							
3	Belén Merino	0997354199	info@palumbo-ecuador.com	Villa Palumbo							
Nro.	Tipo de establecimiento	Categoría					Capacidad	Registrado en el catastro de establecimientos turísticos		Observaciones	Figura
		1	2	3	4	5		Si	No		
1	Hostería			x			100 pax	x		La hacienda Guachalá brinda servicios adicionales como, la interpretación de ruinas incas, granjas de animales, museo fotográfico, sala de placas, así también esta hacienda cuenta con su propia iglesia desde el año 1580, el costo de ingreso es de	



									\$3 por persona donde brindan también, restaurante, cabalgata paseo \$5 por los 30 minutos	
2	Campamento turístico						60	X	El establecimiento es de categoría única, practican actividades tales como: senderismo, cuentos de leyendas locales, turismo científico (observación de constelaciones) avistamiento flora y fauna. El dueño del establecimiento es quien interpreta las actividades, sin embargo, no se considera parte de los prestadores de servicios de guianza.	
3	Casa de huéspedes						32 pax	x	El establecimiento cuenta con actividades dentro y fuera de la zona, es un lugar que brinda servicio de alojamiento, tours, y alimentación dentro del establecimiento, este destino es ideal para entornos familiares y de todo tiempo ente social.	





Tabla 18. Ficha de guianza turística




(Guianza turística)								
Datos generales								
Provincia	Ciudad	Cantón		Parroquia	Comunidad	Ficha Nro.	Fecha	
Pichincha	Cayambe	Cayambe		Cangahua	San Luis de Guachalá	0002	23-07-2022	
Latitud	Longitud	Altura		Dirección	Clima	Temperatura		
0°0'1.14"S	78°10'30.67"W	2794 msnm.		San Luis de guáchala panamericana Norte E35	Frío	18°		
Información del establecimiento								
Nro.	Nombre del guía	Teléfono/Celular	Correo electrónico	Tipo de guía	Tiempo de experiencia	Registrado en el catastro de guías turísticos		Observaciones
						Si	No	
1	Manuel Coyaguillo	0986817952	manugus90@gamil.com	Local	10 años		x	El guía no cuenta con credencial, sin embargo, maneja adecuadamente el idioma, inglés y francés el guía opera en el atractivo cultural Quitsato ubicado en la comunidad San Luis de Guachalá.
2	Darío Rocha	0964012692	no cuenta	Local	3 años	x		El guía local es bilingüe, maneja un idioma inglés también opera el atractivo cultural Quitsato ubicado en la comunidad San Luis de Guachalá.
3	Armando Coyaguillo	0986290029	no cuenta	Local	5 años		X	El establecimiento es administrado comunitariamente, el tipo de guianza lo realiza el encargado del establecimiento el tingo.

4	Selena Romero	0980733518	Celenart@outlook.com	Local	1 año		x	La interprete cuenta con un dominio de inglés bajo, además, el tiempo de experiencia dentro del establecimiento le ha permitido diseñar destrezas y actitudes de dominio de grupos acorde al segmento que se presente dentro del establecimiento.
5	Manuel Chimarro	0959587216	no cuenta	Local	25 años		x	EL intérprete realiza recorridos alrededor de la hacienda, siendo esta la persona encargada en cuidar y precautelar que todas las instalaciones estén acordes para los visitantes también brinda asesoría en recorridos que están dentro de este lugar.

Tabla 19. Ficha de recreación turística

(Recreación turística)						
Datos generales						
Provincia	Ciudad	Cantón	Parroquia	Comunidad	Ficha Nro.	Fecha
Pichincha	Cayambe	Cayambe	Cangahua	San Luis de Guachalá	0003	23-07-2022
Latitud	Longitud	Altura	Dirección	Clima	Temperatura	
0°0'19.3"N	78°10'23.78"W	2804 msnm.	San Luis de Guachalá E35	Frío	18°	
Información del establecimiento						
Nro.	Nombre del administrador	Teléfono/Celular	Correo electrónico	Nombre del establecimiento	Tipo de establecimiento	
1	Leonardo Castelo	0989132527	No cuenta	Piscinas izshigto	Aguas subterráneas	
2	José Luis Flores	0997955060	José Luis Floresquishpe@yahoo.es	Rincón del Río	Aguas subterráneas	
3	Rubén Acero	0999778555	No cuenta	Piscinas el pisque	Aguas subterráneas	
4	Armando Coyaguillo	0986290029	No cuenta	Cascadas el tingo	Ríos	
5	Manuel Coyaguillo	0986817952	manugus90@gamil.com	Ruta del agave	Acervo cultural y popular	
6	Manuel Coyaguillo	0986817952	manugus90@gamil.com	Quitsato	Realizaciones técnicas y científicas	
7	Julio Villalva	0980733518	No cuenta	La casa del venado	Realizaciones técnicas y científicas	
8	Jeovana Cayago	0960954230	jeovacoyago@hotmail.com	Orquideario Guachalá	Realizaciones técnicas y científicas	
Nro.	Público o privado	Tipos de servicios que brindan	Registrado dentro del plan de desarrollo turístico del GAD		Observaciones	Figura
			Si	No		

1	Público	Bar, zonas de camping, caminata, senderismo	x		La administración está a cargo del municipio del cantón Cayambe estas piscinas son provenientes de vertientes naturales, su profundidad es de 4mts, altillo para práctica de saltos libres ornamentales, dentro de las actividades que se pueden realizar en el destino y los servicios que brindan son: bar y senderismo lineales, no cuentan con guías, costo de ingreso es de \$1 adultos y 0.50 ctvs. niños	
2	Privado	Bar, restauración, pesca deportiva, senderismo lineal	x		Este complejo cuenta con la participación de servicios de restauración y actividades que favorecen para la afluencia de visitantes. El establecimiento no cuenta con un tipo de interpretación turística, costo de ingreso es de \$1 adultos, 0.50 ctvs. niños.	
3	Público	Camping, bar, no cuenta con restauración		x	Dentro de los servicios que brinda este atractivo, no se encuentran guías, sin embargo, se pueden realizar actividades como camping, observación de flora y fauna. El ingreso a este atractivo es de \$ 2,00 adultos y niños \$1 no cuenta con guianza, además, el servicio de restauración no está dentro del establecimiento, es un servicio externo del lugar.	
4	Público	Senderismo, camping, pesca deportiva, restauración y piscinas	x		Las actividades que realizan en el atractivo son de tipo natural. Además, cuenta con senderos y permite observar una gran diversidad de flora y fauna complementando esta actividad con guianza realizada cada vez que la soliciten, caso contrario, los turistas acuden por su cuenta a cualquier destino que gusten.	

5	Privado	Sendero ecológico de agave, degustaciones de agave y observación de flora y fauna.		x	El ingreso para la ruta del agaves es de \$20 por persona, debe ir un grupo mínimo de 10 pax y máximo de 30 pax dentro de la ruta se ejecuta la interpretación de la flora y fauna endémica de la zona así también la explicación de la línea ecuatorial y punto 0 de los hemisferios norte y sur, dentro de la ruta se explica el proceso de cultivo, recolección del líquido que emana esta planta, para la elevación de mermeladas, licores, dulces entre otros, de esta forma se pretende aprovechar la flora que cuenta la zona para potencializar el atractivo y también integrar establecimientos turísticos que cuentan con una gran gama de servicios a ofertar.	
6	Privado	Exposiciones culturales, sendero ecológico de agave, degustaciones de agave, turismo científico, tradiciones, costumbres, y manifestaciones culturales, rituales y saberes ancestrales	x		El ingreso al atractivo es pagado adultos 5\$, y niños 3\$ dentro de los servicios que ofertaran próximamente es la implementación de museo de los andes, donde estas serán maquetas a escala de montañas, una sala propuesta geográfica, un museo solar, efectos lumínicos en cuanto a catedrales, cafetería, venta de artesanías y más.	
7	Privado	Alimentación, guianza	x		Costo de ingreso es de \$3 adultos, \$1.50 niños ingreso todos los días hábiles, el servicio de alimentación está dentro del establecimiento y oferta una gran variedad de platillos con costos accesibles para todo tipo de turista, el atractivo es de tipo natural con un entorno familiar, además el servicio de guianza se lo realiza cuando son grupos menores a 15 personas, puesto que al tener una gran afluencia de visitantes no es presto brindar servicios de guianza, es así que hay puntos de información donde acuden los turistas para solventar sus inquietudes.	


8	Privado	Guianza, venta de orquídeas y un recorrido por el orquideario		x	<p>El ingreso al establecimiento es totalmente gratuito conforma con una gran cantidad de especies de orquídeas, la cual cautiva a los visitantes y turistas, nacionales y extranjeros.</p> <p>El establecimiento no está conformado dentro de circuitos turísticos o paquetes sin embargo el conocimiento de las personas sobre este lugar han permitido que exista una afluencia y se considere como un recurso para potencializarlo y que pueda ser parte de los paquetes turísticos de la comunidad.</p>	
---	---------	---	--	---	--	---

Tabla 20. Ficha de restauración

(Restauración)											
Datos generales											
Provincia		Ciudad		Cantón		Parroquia		Comunidad		Ficha Nro.	Fecha
Pichincha		Cayambe		Cayambe		Cangahua		San Luis de Guachalá		0001	23-07-2022
Latitud	Longitud		Altura		Dirección			Clima	Temperatura		
0°0'6.52"S	78°10'35.36"W		2745 msnm.		San Luis de Guachalá SN sector bola de Guachalá			Frío	18°		
Información del establecimiento											
Nro.	Nombre del administrador			Teléfono/Celular		Correo electrónico			Nombre del establecimiento		
1	Nelson Rivas			0988533803		natalyrivas200@gmail.com			Nelson Rivas		
2	Galo Flores			2 110871		No cuenta			Guarango Zero		
3	Josué Coyaguillo			0980689078		No cuenta			Cafetería Ecuatorial		
4	José Roberto Panamá			0988200040		No cuenta			La Vasija		
Nro.	Tipo de establecimiento	Categoría					Capacidad	Registrado en el catastro de establecimientos turísticos		Observaciones	Figura
		1	2	3	4	5		Si	No		
1	Restaurante						80 pax	x		El establecimiento no cuenta con una categoría, sin embargo, consta dentro del catastro de establecimientos turísticos.	




2	Restaurante						80 pax	x		El restaurante no cuenta con una categoría, sin embargo, consta dentro del catastro de establecimientos turísticos.	
3	Cafetería						60 pax		x	El establecimiento no cuenta con una categoría. Además, oferta la venta de confites de frutos secos. Brinda el servicio de cafetería.	
4	Restaurante y Cafetería						130 pax		x	El servicio que brinda este establecimiento es cafetería y restauración, además cuentan con espacios verdes destinados para camping, pero no están habilitados porque se encuentran en mantenimiento y su funcionamiento es solo fines de semana y feriados.	

Tabla 21. Ficha de alojamiento turístico






Fichas (Alojamiento turístico)											
Datos generales											
Provincia		Ciudad		Cantón		Parroquia		Comunidad		Ficha No.	Fecha
Pichincha		Cayambe		Cayambe		Cangahua		Cuniburo		0005	30-07-2022
Latitud	Longitud		Altura		Dirección			Clima	Temperatura		
0°0'44.01"S	78°9'10.9"W		2802 msnm.		Panamericana Norte S/N Entrada al escondite del venado			Frío	22°		
Información del establecimiento											
Nro.	Nombre del administrador			Teléfono/Celular		Correo electrónico			Nombre del establecimiento		
1	Esther Villalba			0967749810		Mariaestesvillalba@hotmail.com			Armonía con la pachamama		
Nro.	Tipo de establecimiento	Categoría					Capacidad	Registrado en el catastro de establecimientos turísticos		Observaciones	Figura
		1	2	3	4	5		Si	No		
1	Casa de huéspedes						5 pax		x	Convivencia con la familia, este tipo de alojamiento alberga visitantes de cualquier segmento social, este escenario cuenta con la finalidad de realizar actividades que conlleven a la participación de las personas sobre el agroturismo, con cultivos y demás actividades. Este lugar es ideal para familias 5 pax, aquí se experimentará un turismo vivencial y comunitario.	


Tabla 22. Ficha de guianza turística

(Guianza turística)								
Datos generales								
Provincia	Ciudad	Cantón	Parroquia	Comunidad	Ficha Nro.	Fecha		
Pichincha	Cayambe	Cayambe	Cangahua	Cuniburo	0006	30-08-2022		
Latitud	Longitud	Altura	Dirección	Clima	Temperatura			
0°0'40.82"S	78°9'16.77"W	2801 msnm.	Panamericana Norte E35	Frío	22°			
Información del establecimiento								
Nro.	Nombre del guía	Teléfono/Celular	Correo electrónico	Tipo de guía	Tiempo de experiencia	Registrado en el catastro de guías turísticas		Observaciones
						Si	No	
1	Kevin Farinango	0981000784	No cuenta	Local	4 años		x	El intérprete que opera dentro de este destino cuenta con la capacidad de manejar grupos y segmentos. Su nivel en el dominio del idioma inglés es básico, mismo que no ha logrado perfeccionarlo puesto que el grupo de turistas que manejan son nacionales.

Tabla 23. Ficha de recreación turística

(Recreación turística)						
Datos generales						
Provincia	Ciudad	Cantón	Parroquia	Comunidad	Ficha Nro.	Fecha
Pichincha	Cayambe	Cayambe	Cangahua	San Luis de Guachalá	0003	23-07-2022
Latitud	Longitud	Altura	Dirección	Clima	Temperatura	
0°0'19.3"N	78°10'23.78"W	2804 msnm.	San Luis de Guachalá E35	Frío	18°	
Información del establecimiento						
Nro.	Nombre del administrador	Teléfono/Celular	Correo electrónico	Nombre del establecimiento	Tipo de establecimiento	
1	Esther Villalba	0967749810	Mariaestesvillalba@hotmail.com	Armonía con la Pachamama	Realizaciones técnicas y científicas	
2	Isabel Proaño	981384766	No cuenta	Finca agrícola María	Realizaciones técnicas y científicas	
3	Janet Paredes	0968711707	janetpareddes@gmail.com	Suelo Verde	Realizaciones técnicas y científicas	
4	Jimmy Cedeño	0981000784	No cuenta	Escondite del venado	Realizaciones técnicas y científicas	
5	Yolanda Quishpe	0999452346	Yolandaquishpe127@gmail.com	Finca agrícola Yolanda	Realizaciones técnicas y científicas	
Nro.	Público o privado	Tipos de servicios que brindan	Registrado dentro del plan de desarrollo turístico del GAD		Observaciones	Figura
			Si	No		
1	Privado	Alojamiento, alimentación, eventos culturales, turismo vivencial	x		Este establecimientos es destinado a la siembra de verduras y hortalizas, el cual distingue a las demás, todos los socios cuentan con diferentes siembras, el costo al ingreso de la granja es de, 3\$ por persona, sin son grupos las granjas realizan recorridos por cada una, incluyendo un kit de frutas y verduras que se recorran en cada uno, si son grupos de niños el costo es de \$1,50.	

2	Privado	Turismo vivencial y alimentación	x		<p>El establecimiento cuenta con la elaboración de harinas y con banco de semillas nativas y endémicas del lugar además brinda el servicio de alimentación cuando son grupos y se haya realizado una reserva de por medio, próximamente implementaran cabañas, de esta forma permitirán impartir e interpretar el rescate de semillas entre ellas son: (maíz, canguil, maíz negro, villa, lenteja, sica, habas popito rojo, centeno, trigo cebada y la elaboración de harinas procesadas de esta manera los servicios complementarios de su establecimiento que contribuyen a ser enriquecedor el lugar son: senderos, crianza de animales menores, elaboración de abonos agroecológicos, procesamiento de bebidas a base del penco o agave (mishque), y participaciones de actividades como: tostado en tiesto de granos, cosechas, frutales (limones, babacos, juegos tradicionales, el zambo, búsqueda del huevo, en sacados, enlace del cuy y finalmente leyendas tradicionales de la zona, costo por persona \$3</p>	
3	Privado	Recorrido guiado, 600 mtrs, degustaciones de mermeladas, uvilla, frambuesa y uso de plantas medicinales	x		<p>Este establecimiento brinda el uso de plantas medicinales, recorridos guiados, dentro de las plantas medicinales tienen: muña, ashnacu, marco, diente de león, entre otras, el tiempo de funcionamiento es de 4 años, costo de ingreso es de \$3 por persona.</p>	
4	Privado	Alimentación, guianza, senderismo, observación de flora y fauna	x		<p>Paseos guiados, interpretación de la flora y fauna lunes a viernes, costo es de \$4 adultos y \$2 niños, fines de semana 5\$ adultos y niños \$2,50.</p>	

5	Privado	Recorrido por la granja, recolección de frutas, verduras y hortalizas actividad con un turismo vivencial y agroecológico	x		<p>La finca agrícola Yolanda es una de las 5 productoras que se integran en la participación turística y fomento a la actividad. El costo de ingreso es de \$2 USD adultos, \$1 USD ingreso niños y tercera edad, ofertando actividades de cosecha, cultivo, producción de verduras, frutas y hortalizas, además, cuenta con animales de granja, ganado vacuno que permiten al turista y visitante crear una experiencia sobre la vivencia del campo.</p>	
---	---------	--	---	--	---	---

Anexo 4. Entrevista dirigida a los técnicos de la unidad de turismo



ENTREVISTA

Objetivo: Diagnosticar la oferta de servicios turísticos de las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo

1. Considera usted que la oferta de servicios ofertados en las comunidades San Luis de Guachalá y Cuniburo son ideales para atender necesidades de turistas nacionales y extranjeros.
2. ¿Cuál es su rol en cuanto a la oferta de servicios turísticos en las comunidades?
3. Cree usted que, ¿Las instalaciones de los establecimientos de servicios turísticos están adecuadas para la recepción de turistas?
4. ¿Existe programas de capacitación para prestadores de servicios turísticos de las comunidades? Si, no, ¿por qué?
5. ¿Cómo considera la relación entre los emprendimientos turísticos y la municipalidad del Cantón?
6. Considera que las comunidades han mejorado la calidad de vida de los visitantes a través de la oferta de los servicios turísticos.
7. Los establecimientos turísticos llevan el registro de la licencia única de funcionamiento.
8. ¿Como considera usted la demanda turística de las comunidades?
9. Los establecimientos han dinamizado la economía de las comunidades.
10. Conoce si las comunidades han recibido financiamiento de organizaciones o fundaciones como apoyo hacia el turismo.

Anexo 5. Encuesta de la demanda turística de las zonas geográficas.



ENCUESTA

Dirigido a: Encuesta dirigida a los visitantes de las comunidades de San Luis de Guachalá y Cuniburo.

Objetivo: La siguiente encuesta tiene como finalidad determinar la demanda de los servicios turísticos que brindan las zonas de investigación.

INSTRUCCIONES

Marque con una X según corresponda

1. Género

Masculino
Femenino

2. Edad

15 años a 17 años
18 años a 30 años
31 años a 50 años
51 ños o más

3. Lugar de procedencia, ciudad o país

Turista local
Turista nacional
Turista extranjero

4. ¿Cuál es el costo diario promedio de gastos que realizan en la comunidad?

\$5 USD a \$ 20 USD.
\$21 USD a \$ 35 USD.
\$36 USD o \$50 USD
\$51 USD a \$ 65 USD.
\$65 USD o más

5. ¿Cuál es su principal motivo de visita a la comunidad?

Áreas recreativas
Restauración
Alojamiento
Agroturismo

6. Tipo de actividades que realizo dentro de la comunidad.

Turismo cultural	<input type="checkbox"/>
Turismo natural	<input type="checkbox"/>
Ciclo turismo	<input type="checkbox"/>
Trabajo	<input type="checkbox"/>
Comercio	<input type="checkbox"/>
Turismo gastronómico	<input type="checkbox"/>
Camping	<input type="checkbox"/>
Ecoturismo	<input type="checkbox"/>
Ocio	<input type="checkbox"/>
Descanso	<input type="checkbox"/>
Otro. Especifique	<input type="checkbox"/>

7. ¿En qué tipo de alojamiento le gustaría pernoctar?

Hotel	<input type="checkbox"/>
Hostal	<input type="checkbox"/>
Hostería	<input type="checkbox"/>
Hacienda turística	<input type="checkbox"/>
Lodge	<input type="checkbox"/>
Resort	<input type="checkbox"/>
Refugio	<input type="checkbox"/>
Campamento turístico	<input type="checkbox"/>
Casa de huéspedes	<input type="checkbox"/>
Glamping	<input type="checkbox"/>

8. ¿Cuántas noches pernoctaría en la comunidad?

Un día	<input type="checkbox"/>
Dos días	<input type="checkbox"/>
De 3 a 5 días	<input type="checkbox"/>
Seis días o más...	<input type="checkbox"/>

9. ¿Cuáles serían los tipos de acomodaciones que adquiriría?

Simples	<input type="checkbox"/>
Dobles	<input type="checkbox"/>
Triples	<input type="checkbox"/>
Cuádruples	<input type="checkbox"/>
Múltiples	<input type="checkbox"/>

10. ¿Cuál es el tipo de menú que adquiriría dentro de la comunidad?

Paltos a la carta	<input type="checkbox"/>
Buffet	<input type="checkbox"/>
Menú fijo	<input type="checkbox"/>
Servicio a domicilio	<input type="checkbox"/>
Menú del día	<input type="checkbox"/>
Comida típica	<input type="checkbox"/>
Internacional	<input type="checkbox"/>

11. ¿Al momento de visitar la comunidad, le gustaría adquirir los servicios de un guía turístico? ¿si, no, por qué?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

12. ¿Cuáles fueron los medios publicitarios los cuales se enteró de la comunidad?

Congresos	<input type="checkbox"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>
Tik tok	<input type="checkbox"/>
Flyer	<input type="checkbox"/>
Ferías turísticas	<input type="checkbox"/>
Página web	<input type="checkbox"/>
Prensa	<input type="checkbox"/>
Revistas	<input type="checkbox"/>
Recomendación de un amigo	<input type="checkbox"/>

Anexo 6. Incidencia de la oferta de servicios turísticos y la demanda turística.



ENCUESTA

Encuesta dirigida a los prestadores de servicios turísticos de las comunidades

1. Datos informativos sobre el servicio de alojamiento turístico

Datos	Cuenta	No cuenta
Registro de visitantes		
Maneja reservaciones		
Tarifas comisionables		

2. ¿Cuál es el número promedio de días de pernoctaciones que realizan sus huéspedes?

Un día

Dos días

De 3 a 5 días

Seis días o más...

3. ¿Cuáles son los tipos de acomodaciones que más se venden en el establecimiento?

Simple

Dobles

Triples

Cuádruples

Múltiples

4. ¿Considera la ubicación del establecimiento como un punto estratégico para los visitantes?

Si

Parcialmente

No

5. ¿Cuáles son los servicios complementarios que brinda su establecimiento?

Alimentación	<input type="checkbox"/>
Catering	<input type="checkbox"/>
Salón de eventos	<input type="checkbox"/>
Recreación turística	<input type="checkbox"/>
Otro, especifique	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuál es el nivel de gastos promedio que realizan en el establecimiento?

\$20 USD \$40 USD	<input type="checkbox"/>
\$45 USD \$65 USD	<input type="checkbox"/>
Más DE \$70USD	<input type="checkbox"/>

7. ¿Cuál es el mes o los meses con mayor afluencia de turistas que tiene en su establecimiento?

Enero	<input type="checkbox"/>	Mayo	<input type="checkbox"/>	Septiembre	<input type="checkbox"/>
Febrero	<input type="checkbox"/>	Junio	<input type="checkbox"/>	Octubre	<input type="checkbox"/>
Marzo	<input type="checkbox"/>	Julio	<input type="checkbox"/>	Noviembre	<input type="checkbox"/>
Abril	<input type="checkbox"/>	Agosto	<input type="checkbox"/>	Diciembre	<input type="checkbox"/>

8. ¿Cuáles son los medios que mas utiliza para promocionar sus servicios turisticos?

Medios publicitarios	Respuesta
Congresos	<input type="checkbox"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>
Tik tok	<input type="checkbox"/>
Flyer	<input type="checkbox"/>
Ferias turísticas	<input type="checkbox"/>
Pagina web	<input type="checkbox"/>
Prensa	<input type="checkbox"/>
Revistas	<input type="checkbox"/>

9. Género de visitantes con los que mayormente brinda sus servicios.

Masculino	<input type="text"/>
Femenino	<input type="text"/>
(LGBTIQ+)	<input type="text"/>

10. Tipos de turistas con los que usted mayormente opera.

Turista local	<input type="text"/>
Turista nacional	<input type="text"/>
Turista extranjero	<input type="text"/>

11. ¿Cuál es el idioma de los turistas que mayormente realiza una guianza?

Inglés	<input type="text"/>
Español	<input type="text"/>
Francés	<input type="text"/>
Alemán	<input type="text"/>
Italiano	<input type="text"/>

12. ¿Cuál es la edad promedio de turistas que ocupan de sus servicios?

15 años a 17 años	<input type="text"/>
18 años a 30 años	<input type="text"/>
31 años a 50 años	<input type="text"/>
51 años o más	<input type="text"/>

13. ¿Cuál es el segmento de turistas que ocupan sus servicios?

Estudiantes	<input type="text"/>
Familias	<input type="text"/>
Parejas	<input type="text"/>
Solo	<input type="text"/>

14. ¿Cuál es el tipo de actividades que prefieren los turistas que adquieren de sus servicios?

Actividades culturales	<input type="text"/>
Actividades naturales	<input type="text"/>

15. ¿Cuál es el costo promedio de una guía turística que usted realiza?

\$50 USD A \$ 60 USD	<input type="checkbox"/>
\$65 USD A \$ 75 USD	<input type="checkbox"/>
\$80 USD o más	<input type="checkbox"/>

16. ¿Cuál es el mes o los meses con mayor afluencia de turistas que recibe?

Enero	<input type="checkbox"/>	Mayo	<input type="checkbox"/>	Septiembre	<input type="checkbox"/>
Febrero	<input type="checkbox"/>	Junio	<input type="checkbox"/>	Octubre	<input type="checkbox"/>
Marzo	<input type="checkbox"/>	Julio	<input type="checkbox"/>	Noviembre	<input type="checkbox"/>
Abril	<input type="checkbox"/>	Agosto	<input type="checkbox"/>	Diciembre	<input type="checkbox"/>

17. Datos informativos sobre el servicio de recreación turística

Datos	Cuenta	No cuenta
Registro de visitantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maneja reservaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tarifas comisionables	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. ¿Cuál es el segmento de turistas que visitan habitualmente su establecimiento?

Estudiantes	<input type="checkbox"/>
Familias	<input type="checkbox"/>
Parejas	<input type="checkbox"/>
Solo	<input type="checkbox"/>
Otro.	<input type="checkbox"/>

19. ¿Cuál es el nivel de gastos promedio que realizan en el establecimiento?

Menos DE \$10 USD	<input type="checkbox"/>
\$11 USD A \$25 USD	<input type="checkbox"/>
\$30 USD O más	<input type="checkbox"/>

20. ¿Cuál es el mes o los meses con mayor afluencia de turistas que tiene en su establecimiento?

Enero		Mayo		Septiembre	
Febrero		Junio		Octubre	
Marzo		Julio		Noviembre	
Abril		Agosto		Diciembre	

21. ¿Considera la zona de ubicación del atractivo como un punto estratégico?

Si	<input type="checkbox"/>
Parcialmente	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

22. ¿Cuáles son los servicios complementarios que brinda su establecimiento?

Áreas naturales	<input type="checkbox"/>
Restauración	<input type="checkbox"/>
Alojamiento	<input type="checkbox"/>
Otro, especifique	<input type="checkbox"/>

23. La frecuencia a su establecimiento se da principalmente:

Los fines de semana	<input type="checkbox"/>
Días festivos	<input type="checkbox"/>
Toda la semana	<input type="checkbox"/>

24. ¿Cuáles son los medios que mas utiliza para promocionar sus servicios turisticos?

Medios publicitarios	Respuesta
Congresos	<input type="checkbox"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>
Tik tok	<input type="checkbox"/>
Flyer	<input type="checkbox"/>
Ferias turísticas	<input type="checkbox"/>
Pagina web	<input type="checkbox"/>
Prensa	<input type="checkbox"/>
Revistas	<input type="checkbox"/>

25. ¿Como considera usted la demanda turística en su establecimiento?

1 muy baja	2 baja	3 media	4 alta	5 muy alta

26. Datos informativos sobre el servicio de restauración

Datos	Cuenta	No cuenta
Reservaciones		
Tarifas comisionables		

27. ¿Cuál es el nivel de gastos promedio que realizan en el establecimiento?

De \$3 USD. A \$5 USD.	<input type="text"/>
De \$6 USD A \$11 USD	<input type="text"/>
De \$12 USD O Más	<input type="text"/>
De \$3 USD. A \$5 USD.	<input type="text"/>

28. Tipos de turistas que mayormente frecuentan su establecimiento.

Turista local	<input type="text"/>
Turista nacional	<input type="text"/>
Turista extranjero	<input type="text"/>

29. ¿Cuál es el mes o los meses con mayor afluencia de turistas que tiene en su establecimiento?

Enero		Mayo		Septiembre	
Febrero		Junio		Octubre	
Marzo		Julio		Noviembre	
Abril		Agosto		Diciembre	

30. La frecuencia a su establecimiento se da principalmente:

Los fines de semana	<input type="text"/>
Días festivos	<input type="text"/>
Toda la semana	<input type="text"/>

31. Mediante una escala de Likert, responda ¿Como considera usted la demanda turística en su establecimiento?

1 muy baja	2 baja	3 media	4 alta	5 muy alta

Anexo 7. Entrevistas y encuestas de las zonas geográficas investigadas.



Figura 12: Entrevista técnica de promoción turística



Figura 13: Asistente técnica de desarrollo turístico



Figura 14: Entrevista técnica de desarrollo turístico



Figura 15: Encuesta Comunidad San Luis de Guachalá



Figura 16: Encuesta de la oferta de servicios turísticos



Figura 17: Encuesta de demanda turística Comunitaria



Figura 18: Encuesta sobre la demanda de San Luis



Figura 19: Encuesta prestadores de servicios turísticos



Figura 20: Encuesta prestador de restauración San Luis



Figura 21: Encuesta dirigida prestador guianza turística



Figura 22: Establecimientos de recreación turística



Figura 23: Encuesta en la comunidad de Cuniburo



Figura 24: Encuesta establecimientos de Cuniburo



Figura 25: Encuesta población Cuniburo y servicios



Figura 26: Encuesta fincas agroecológicas Cuniburo