

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO

TEMA:

TURISMO EN LA ZONA ALTA DE GUANUJO, ANÁLISIS PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DEL DESTINO, AÑO 2025.

AUTORA:

NOARIS NINOSKA ZAMORA MERO

DIRECTORA:

MSC. VERÓNICA ARCOS

PAR ACADÉMICO:

DR. JUAN PABLO TORRES

GUARANDA – ECUADOR 2026

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Turismo en la Zona Alta de Guanujo, Análisis para la Diversificación y Consolidación del Destino, Año 2025.

AGRADECIMIENTO

Inicio con gratitud hacia Dios por ser la luz que me ha iluminado a lo largo de la vida y en este camino hacia mi profesión, por brindarme sabiduría e inteligencia para poder lograr caminar hacia esta meta.

Jenry y Mary mis padres y amigos, quienes con su amor, cariño y arduo apoyo han sido sostén en mi vida y han permitido que esto sea posible. Gracias por los consejos que nunca faltan, por el impulso que necesitaba en momentos oscuros, por el regaño que me hacía más valiente. GRACIAS, POR TANTO, LOS AMO.

A mi niña interior que siempre sueña en grande y que todo lo que se propone lo logra con su esfuerzo y valentía, que a pesar de que tiene momentos débiles nunca se rinde y desde el fondo se aconseja a sí misma y se empuja fuerte para seguir.

Ing. German Sánchez, quien me ha brindado sus conocimientos, empatía, consejos y aprendizajes a lo largo de esta etapa académica dentro de la carrera de Turismo.

Mis docentes tutores Lcda. Verónica Arcos e Ing. Juan Pablo Torres quienes han sido la guía para el desarrollo de este majestuoso proyecto, sus orientaciones y sugerencias en cada parte del proceso fueron fundamentales para que este se cumpla con alteza.

Personal docente de la carrera de Turismo, de quienes aprendí mucho y confiaron en mi para ser parte de este proyecto gracias por sus enseñanzas brindadas.

Ing. Mayra Calderon con su grupo MAE de la provincia de Chimborazo, quien amablemente me abrió las puertas para que la muestra sea aplicada desde el día 1 y se logre dar con el cumplimiento en el tiempo estimado.

A las comunidades de la Zona alta de Guanujo, colaboración con la información fue de suma importancia para el desarrollo del proyecto.

Finalmente, familiares y amigos que con palabras de aliento me motivaron y en momentos difíciles me apoyaron.

Noaris Ninoska Zamora Mero.

DEDICATORIA

Dedico este magno proyecto con profundo amor a Dios mi Rey Celestial quien ha hecho posible esto en mi vida.

A mis amados padres, Jenry y Mary quienes se merecen todo en esta vida por su responsabilidad y amor para hacer las cosas, su arduo trabajo y apoyo incondicional, quienes han hecho que no me falte nada y me han permitido llegar a lograr este objetivo.

A mi Noa quien se ama y confía en sí misma y que se siente muy orgullosa de todo lo que está y seguirá logrando con sus capacidades.

Noaris Ninoska Zamora Mero.

CERTIFICACION DEL DIRECTOR Y PAR ACADEMICO

UEB
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE TITULACIÓN
CARRERA DE TURISMO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Ing. Verónica Arcos. Ing. Juan Pablo Torres, en su orden Director y Par Académico del Trabajo de Titulación ""**TURISMO EN LA ZONA ALTA DE GUANUJO, ANALISIS PARA DIVERSIFICACION Y CONSOLIDACION DEL DESTINO, AÑO 2025**" desarrollado por la señorita **NOARIS NINOSKA ZAMORA MERO.**

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la carrera TURISMO, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa

Guaranda, 02 de febrero del 2026

Atentamente,

Ing. Verónica Arcos
Director Académico

Dr. Juan Pablo Torres
Par Académico

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

DERECHOS DE AUTORIA NOTARIZADA

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Yo Zamora Mero Noaris Ninoska portador de la Cédula de Identidad No 1207487156 en calidad de autor/res y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:
Turismo en la Zona Alta de Guanujo Análisis para la Diversificación y Consolidación del destino, Año 2025., modalidad Proyecto de Investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Zamora Mero Noaris Ninoska declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Noaris Ninoska Zamora Mero
Firma

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN ..... **II**
AGRADECIMIENTO ..... **III**
DEDICATORIA ..... **V**
INTRODUCCIÓN ..... **XIII**
RESUMEN ..... **XV**
ABSTRACT ..... **XVI**
CAPITULO I **1**
1. FORMULACION GENERAL DEL PROYECTO **1**
1.1. Descripción del Problema 1
1.2. Formulación del Problema 5
1.3. Preguntas de Investigación 5
1.4. Justificación 6
1.5. Objetivos 8
1.5.1. Objetivo General 8
1.5.2. Objetivos Específicos 8
1.6. Idea a Defender 8
CAPITULO II **9**
2. MARCO TEÓRICO **9**
2.1. Antecedentes 9
2.2. Marco Científico 13
2.3. Marco Conceptual 17
2.4. Marco Legal 21
2.5. Marco Georreferencial 29
CAPITULO III **34**
3. METODOLOGÍA **34**
3.1. Tipo de Investigación 34
3.1.1. En función del propósito 34
3.1.2. Por su nivel de profundidad 34
3.1.3. Por los medios de obtener datos 35

3.1.4. Por la mayor o menor manipulación de variables..... 35
3.2. Enfoque de la investigación 36
3.2.1. Enfoque mixto 36
3.3. Métodos de Investigación 37
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos 38
3.5. Universo, Población y Muestra 41
3.6. Procesamiento de la Información 43
CAPITULO IV 44
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 44
4.1. Diagnóstico situacional turística en la zona alta de la parroquia Guanujo. 44
4.1.1. Primer instrumento. Fichas del MINTUR 44
4.1.2. Segundo Instrumento. Entrevista 54
4.2. Identificación de segmentos y preferencias de la demanda mediante investigación de mercado. 64
CAPITULO V 98
5. PROPUESTA 100
5.1. Introducción 100
5.2. Objetivo General 100
5.3. Objetivo Específicos 100
5.4. Resultados 101
5.4.1. Realizar el Análisis FODA, sobre el diagnostico situacional de las comunidades de la Zona Alta de Guanujo. 101
5.4.2. Integración de criterios de sostenibilidad y competitividad para el diseño de los productos turístico para el destino de la Zona Alta de Guanujo…..... 105
5.4.3. Desarrollo de estrategias para promocionar los productos turísticos de la Zona Alta de Guanujo. 130
6. CONCLUSIONES 143
7. RECOMENDACIÓN 145
8. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA 146
9. ANEXOS 150

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ficha resumen Bosque Yanasacha 44
Tabla 2 Ficha resumen Cascada Gallo Cantante 45
Tabla 3 Cerro Gallorrumi 46
Tabla 4 Cascada Diablo Tútsu 47
Tabla 5 Cascada de Oro 48
Tabla 6 Mirador del Curiquingue 49
Tabla 7 Cascada Curinque Guachana. 50
Tabla 8 Cascada Ishpingo 51
Tabla 9 Horno de los Incas 52
Tabla 10 Resumen de los atractivos de las comunidades de la zona alta de Guanujo. 53
Tabla 11 Alojamiento, Alimentación e Intermediación 55
Tabla 12 Alojamiento, Alimentación. 58
Tabla 13 Tienda de artesanías Handicrasft shop 59
Tabla 14 Ficha Resumen de entrevista, establecimientos turísticos 61
Tabla 15 Lugar de procedencia 65
Tabla 16 Rango de Edad 66
Tabla 17 Genero 68
Tabla 18 Nivel de Educación 69
Tabla 19 Ocupación principal 70
Tabla 20 ¿Ha visitado la zona alta de Guanujo? 71
Tabla 21 Percepción de la oferta turística de la zona alta de Guanujo 72
Tabla 22 Principal motivo de viaje turístico 74
Tabla 23 Preferencia de acompañante 76
Tabla 24 ¿Cuánto tiempo promedio dedica al viaje de turismo? 77
Tabla 25 Medio de transporte que utiliza con mayor frecuencia para hacer turismo 78
Tabla 26 ¿Cuánto invierte aproximadamente en su viaje de turismo por día y por persona? 79
Tabla 27 ¿En qué lugar prefiere hospedarse? 81
Tabla 28 Preferencia de hospedaje 81
Tabla 29 ¿Cuál es el medio de pago de su preferencia? 82
Tabla 30 Preferencia tipo de actividad turística por el potencial visitante 83
Tabla 31 ¿Qué factores considera que más destacarían a la zona alta de Guanujo como destino turístico? 85
Tabla 32 ¿Qué aspectos cree usted relevante para fomentar el turismo en la zona? 86
Tabla 33 ¿Estaría dispuesto(a) a pagar por experiencias turísticas que integren 88
Tabla 34 ¿Qué medio prefiere para informarse sobre destinos turísticos? 89
Tabla 35 Con lo antes expuesto en esta encuesta, estaría dispuesto(a) a: 90
Tabla 36 Resumen resultados de Encuestas al turista potencial 92
Tabla 37 Matriz FODA Zona Alta de Guanujo. 102
Tabla 38 Matriz de priorización de estrategias del cruce FODA 104

Tabla 39 Características del Perfil territorial: Zona Alta de Guanujo 107
Tabla 40 Resumen de los atractivos naturales y culturales de las comunidades de la zona alta de Guanujo. 109
Tabla 41 Ficha Resumen de entrevista, establecimientos turísticos 110
Tabla 42 Resumen perfil del visitante 112
Tabla 43 Itinerario Turístico detallado para la Zona Alta de Guanujo 113
Tabla 44 Trayecto por día del producto Aventura Andina, descubre Guanujo. 118
Tabla 45 Características del perfil de la Comunidad de Quindihua. 120
Tabla 46 Listado de aves de la Ruta de los Hieleros, en la comunidad de Quindihua. 121
Tabla 47 Total de visualización de aves en cada transecto de la Ruta de los Hieleros. 123
Tabla 48 Puntos de avistamiento de la Ruta de los Hieleros, en la comunidad de Quindihua. . 124
Tabla 50 Itinerario Turístico detallado para el Avistamiento de aves en la ruta de los Hieleros 125
Tabla 51 Trayecto por día del producto Avistamiento de aves en la ruta de los Hieleros. 129
Tabla 52 Estrategia 1 para la promoción de la zona Alta de Guanujo. 130
Tabla 53 Estrategia 2 para la promoción de la zona Alta de Guanujo. 131
Tabla 54 Estrategia 3 para la promoción de la zona Alta de Guanujo. 132
Tabla 55 Estrategia 4 para la promoción de la zona Alta de Guanujo 133
Tabla 56 Estrategia 5 para la promoción de la zona Alta de Guanujo. 134
Tabla 57 Estrategia 6 para la promoción de la zona Alta de Guanujo. 135
Tabla 58 Estrategia 7 para la promoción de la zona Alta de Guanujo. 136
Tabla 59 Estrategia 8 para la promoción de la zona Alta de Guanujo. 137
Tabla 60 Estrategia 9 para la promoción de la zona Alta de Guanujo. 138
Tabla 61 Cronograma para el desarrollo de estrategias. 139
Tabla 62 Detalles del presupuesto 140
Tabla 63 Resumen Presupuestario 142
Tabla 64 Fuentes de Financiamiento 142

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ubicación geográfica de la zona alta de la parroquia de Guanujo 29
Ilustración 2 Mapa de ruta 117
Ilustración 3 Mapa de ruta 128

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Lugar de procedencia 65
Gráfico 2 Rango de Edad 67
Gráfico 3 Genero 68
Gráfico 4 Nivel de educación 69
Gráfico 5 Ocupación 70
Gráfico 6 Conoce Guanujo 71
Gráfico 7 Percepción de la oferta turísticas de la zona Guanujo 73
Gráfico 8 Motivo de viaje 74
Gráfico 9 Preferencia de acompañante 76
Gráfico 10 Frecuencia 77
Gráfico 11 Medio de transporte que utiliza con mayor frecuencia para hacer turismo 78
Gráfico 12 Inversión 79
Gráfico 13 Preferencia 82
Gráfico 14 Preferencia 84
Gráfico 15 Preferencia 85
Gráfico 16 Aspectos relevantes para fomentar el turismo en la zona alta de Guanujo 86
Gráfico 17 Pago por experiencias 88
Gráfico 18 Preferencia de información 89
Gráfico 19 Interés del turista para conocer la zona alta de Guanujo. 90

INTRODUCCIÓN

La zona alta de Guanujo, que enlaza comunidades como Quindihua, Larcaloma, Illatanga y Unión y Progreso, se considera un área estratégicamente valiosa para el turismo de naturaleza y aventura debido a su ubicación dentro del ecosistema de páramo andino y su conexión directa con la Reserva producción Fauna Chimborazo. Su potencial reside en su excepcional diversidad paisajística, con cascadas, bosques nativos y una auténtica cosmovisión andina que aún se refleja en la vida cotidiana de sus habitantes. Sin embargo, este desarrollo se ve obstaculizado por la falta de señalización, infraestructura inadecuada y la ausencia de estrategias de marketing que conecten la oferta local con el mercado nacional, deficiencias que impiden que la riqueza natural y cultural de la región se traduzca en productos competitivos y sostenibles.

Este proyecto de investigación busca fortalecer a la zona Alta de Guanujo como destino turístico emergente, buscando un equilibrio entre la preservación de su patrimonio natural y el desarrollo económico local. El estudio, con un enfoque descriptivo y exploratorio, se estructura en tres fases: diagnóstico para línea base de los atractivos como primer punto. Se realizó un análisis exhaustivo de la oferta turística utilizando fichas técnicas del Ministerio de Turismo (MINTUR-AME) para identificar los atractivos turísticos. Esto se complementó con entrevistas estructuradas a prestadores de servicios para evaluar la capacidad de la infraestructura turística existente. Posteriormente, se realizó un estudio de mediano tamaño 384 para determinar el perfil de la demanda e identificar las preferencias, motivaciones y comportamientos de los visitantes potenciales.

Como fase culminante del estudio, se implementó una propuesta de estructuración técnicas basada en el análisis de sostenibilidad y competitividad derivado del diagnóstico FODA.

Esta etapa final integra el diseño de itinerarios experienciales que aprovechan patrimonio natural y cultural identificado, respaldados por la planificación operativa que incluye estrategias de

promoción digital, capacitación local y un esquema de financiamiento público comunitario. Con esta estructura integral, el proyecto busca transformar los recursos del territorio en productos turísticos viables, estableciendo las directrices necesarias para consolidar la zona como un destino organizado, responsable y capaz de generar un impacto socioeconómico positivo a largo plazo.

RESUMEN

El presente proyecto se desarrolla en la Zona Alta de Guanujo, un territorio con un elevado potencial turístico debido a su riqueza en recursos naturales y culturales; sin embargo, la localidad presenta desafíos significativos en su gestión, evidenciado por la carencia de infraestructura técnica y una limitada promoción del destino. El desarrollo de productos turísticos en esta zona permite identificar oportunidades estratégicas para establecer una oferta competitiva y sostenible en el sector. En esta investigación se aplicó una metodología de enfoque mixto con un alcance descriptivo, la cual facilitó la recopilación de datos mediante el uso de herramientas como inventario técnico de atractivos para el establecimiento de una línea base y la aplicación de encuestas para el estudio de mercado. Los resultados permitieron identificar las principales necesidades y factores que influyen en la decisión de viaje de la demanda, así como los nodos críticos que limitan el progreso de la planta turística local. La necesidad de fortalecer este sector en la Zona Alta de Guanujo responde al objetivo de dinamizar la economía local y mejorar la calidad de vida de sus habitantes; en base a estas problemática, se estructuró una propuesta de productos turísticos con criterios de sostenibilidad y competitividad, de esta manera se pretende consolidar la zona como un destino turístico organizado, proporcionando herramientas técnicas que fortalezcan el aprovechamiento responsable de sus recursos y contribuyan al desarrollo socioeconómico de las comunidades.

Palabras clave: Turismo, desarrollo, producto, diversificación, consolidación, sostenibilidad, competitividad, Zona Alta de Guanujo.

ABSTRACT

This project is being developed in the Upper Zone of Guanujo, a region with high tourism potential due to its wealth of natural and cultural resources. However, the area faces significant management challenges, evidenced by a lack of technical infrastructure and limited destination promotion. Developing tourism products in this zone allows for the identification of strategic opportunities to establish a competitive and sustainable offering in the sector. This research employed a mixed-methods approach with a descriptive scope, which facilitated data collection through the use of tools such as a technical inventory of attractions to establish a baseline and surveys for market research. The results allowed for the identification of the main needs and factors influencing travel decisions, as well as the critical issues limiting the progress of the local tourism infrastructure. The need to strengthen this sector in the Upper Zone of Guanujo responds to the objective of revitalizing the local economy and improving the quality of life of its inhabitants. Based on these problems, a proposal for tourism products was structured with sustainability and competitiveness criteria, in this way it is intended to consolidate the area as an organized tourist destination, providing technical tools that strengthen the responsible use of its resources and contribute to the socio-economic development of the communities.

Keywords: Tourism, Development, product, diversification, consolidation, sustainability, competitiveness, Guanujo.

CAPITULO I

1. FORMULACION GENERAL DEL PROYECTO

1.1. Descripción del Problema

Según la Organización Mundial del Turismo (2014) menciona que el turismo a nivel mundial ha tomado mucha importancia, convirtiéndose así en el motor fundamental para la dinamización de la economía de muchos países y que a futuro se proyecta como una de las actividades fundamentales en la economía mundial. Actualmente, la actividad turística está considerablemente extendida por todo el mundo. Su predominio directo sobre la economía de ciertos países, especialmente en aquellos que se encuentran en vías de desarrollo, como es el caso de Ecuador. El turismo dentro del territorio ecuatoriano ha crecido de manera significativa en los últimos tiempos (7 % para el año 2019), Ministerio de Turismo (2017) un país con una extensa riqueza natural y cultural, la diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a cientos de miles de especies de flora y fauna (León, 2019).

El turismo es una de las actividades económicas que ha sufrido una mayor expansión en las últimas décadas. Si nos remontamos a mediados del siglo XX, podemos constatar que el turismo internacional era una actividad meramente simbólica, con solo 25 millones de turistas a nivel global en el año 1950. De hecho, la evolución ha sido vertiginosa, pues en el año 2000 se alcanzaron los 678 millones de turistas, ascendiendo a 950 millones en 2010. Además, según las estimaciones de la OMT se espera que para 2030 se superen los 1.800 millones de turistas. Precisamente, ha sido este importante crecimiento de la actividad turística lo que ha llevado a calificar al turismo como “uno de los fenómenos económicos y sociales más destacables del siglo XX (Nieto et al., 2016).

En el Ecuador, el turismo se ha incrementado en la última década, pero a pesar de los esfuerzos que se hace para el desarrollo del turismo en algunas regiones, estos no han dado resultados, estos inconvenientes se deben a que las comunidades crecen turísticamente de manera desordenada sin ninguna planificación. En la provincia Bolívar el turismo se está desarrollando de manera desorganizada, sin ninguna programación (Rodríguez, 2014).

El territorio ecuatoriano presenta problemáticas existentes tales como: el déficit de gestión turística, planificación estratégica, no se evidencian planes de acción de las instituciones públicas privadas, campañas o talleres de educación ambiental, y lo más importante la conciencia por parte de las personas, la inadecuada gestión y manejo de los recursos naturales y culturales comunitarios, así mismo no se observa un correcto estudio en relación con la capacidad de carga de los destinos rurales (Fuentes et al., 2021).

Por otro lado, a nivel nacional también menciona Medina (2018) que el turismo se ha convertido en la tercera fuente de ingresos no petroleros; además, constituye un potencial económico que generó 1449,3 millones de dólares de enero a diciembre del año 2016. Si bien las cifras de ingresos comparados con el mismo período del año 2015 son menores, según cifras del Ministerio de Turismo del Ecuador, aún mantiene este tercer puesto y a excepción del sector camaronero, las cifras del año 2015 al 2016 han disminuido de manera general.

A nivel local, en la provincia de Bolivar específicamente, podemos mencionar que el turismo no tiene mucha relevancia o connotación popular, en virtud que las pocas personas que han tratado de impulsar esta actividad han tenido muchos problemas, por distintas causas, entre ellas el factor económico, conocimientos empíricos, falta de apoyo por parte del sector empresarial, en fin, esto ha hecho que la provincia carezca de un desarrollo local especialmente en el turismo, a pesar de que a pesar de que cuenta con una gran variedad de pisos climáticos, con extraordinarios

lugares atractivos para el turismo comunitario. Así tenemos, el nevado Chimborazo en todo su esplendor, cascadas, ríos, valles, cordilleras, acantilados, pesca deportiva, senderismo, montañismo, microempresas, folklore, artesanías propias del sector en estudio entre otros (Pullotasig, 2025).

La zona alta de Guanujo de la provincia de Bolívar, territorio que posee una geografía regular e irregular, en donde se localizan comunidades que se caracterizan por poseer una diversidad de atractivos y recursos turísticos naturales y culturales; los habitantes preservan tradiciones propias de la zona (Huerta et al. 2022), de manera general la economía de este territorio es basada en la agricultura, ganadería, sin embargo, es notable el desaprovechamiento de las fortalezas turísticas y constituyen un pilar básico para el desarrollo económico de la parroquia (Valencia & Pelegrín, 2024).

Pullotasig, (2025)Por otro lado, en el territorio de actuación zona alta de Guanujo con sus Comunidades donde "Union y Progreso" siendo el punto de partida, existe una gran diversidad paisajística, por estar ubicado al pie del volcán Chimborazo, entre los que se destacan ríos, colinas bosques, fauna y flora propios del sector, que no son conocidos ni aprovechados pese a su enorme potencial para beneficio comunitario. La comunidad está altamente interesada en emprender en una propuesta dirigida al desarrollo del turismo comunitario que se articule y complemente con sus actividades agropecuarias para mejorar su calidad de vida.

Se plantea (razones académicas y personales) la realización de un profundo trabajo de investigación en el campo turístico, las autoridades seccionales de turno del cantón Guaranda, se han limitado al desarrollo del turismo comunitario, pero, esta es la oportunidad, para realizar un trabajo investigación con el que se puede hacer un compromiso para desarrollar las capacidades y potenciales de los comuneros, valorando sus talentos dentro del entorno en el que se desenvuelven

en sus espacios de desarrollo donde confluye la naturaleza, sociedad, costumbres, cultura y principalmente tomando en cuenta su ubicación geográfica con propuesta legitimas del modelo de desarrollo requerido, así también la convivencia con todas las formas de vida en condiciones de perdurabilidad y sostenibilidad, en donde las oportunidades del presente no se agoten para las generaciones futuras.

También es necesario mencionar, que la zona alta de Guanujo el turismo comunitario es incipiente, no por falta de recursos naturales, sino por la falta de un enfoque sociocultural de los habitantes de este sector y específicamente de un impulsor en el desarrollo local que induzca lo que dice la Constitución sobre el buen vivir (Sumak kawsay) que orienta a mejorar la calidad de vida, valiéndose de otro tipo de actividad productiva, utilizando sus propios saberes ancestrales y lo que la sabia naturaleza les brinda generosamente (Pullotasig, 2025).

1.2. Formulación del Problema

¿Cómo diversificar la oferta turística de la zona alta de Guanujo para consolidarlo como un destino sostenible y competitivo?

1.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es la oferta turística de la zona alta de Guanujo para la diversificación del destino?
- ¿Cuáles son los segmentos y características del mercado potencial turístico que visitan la zona alta de Guanujo?
- ¿Cómo diversificar la oferta turística de la zona alta de Guanujo para la consolidación del destino sostenible y competitivo?

1.4.Justificación

La relevancia de esta investigación radica en el creciente interés global por el turismo sostenible, especialmente en áreas rurales como la zona alta de Guanujo, que enfrenta desafíos económicos y sociales. Este sector cuenta con lugares atractivos de gran relevancia paisajista, con relieves naturales, especialmente por encontrarse en las faldas del nevado más grande del Ecuador, el Chimborazo. La investigación no solo tiene la contribución con el desarrollo económico local, sino también de servir como modelo para otras comunidades que buscan diversificar su oferta turística de manera sostenible.

La importancia teórica de esta investigación radica en ampliar el conocimiento científico sobre el turismo rural y sostenible. Proporcionando un marco conceptual que puede ser utilizado por investigadores y académicos que trabajan con desarrollo turístico en contextos similares. Mediante el análisis de la oferta y la demanda en la zona Alta de Guanujo, se identifican tendencias y patrones que contribuyen a la literatura existente sobre sostenibilidad y desarrollo comunitario, facilitando la formulación de políticas para apoyar estas iniciativas.

Por otro lado, el aporte práctico de esta investigación es significativo, ya que permite definir y priorizar productos turísticos que diversifiquen y consoliden el destino en la zona alta de Guanujo. A través de un análisis exhaustivo de las necesidades y expectativas tanto de la comunidad como de los turistas, se desarrollan estrategias efectivas para implementar una oferta turística que no solo sea atractiva, sino también sostenible. Esto no solo beneficia económicamente a la comunidad, sino que también promueve la conservación de su patrimonio cultural y natural, asegurando que las futuras generaciones puedan disfrutar de sus tradiciones y recursos.

Este estudio aborda el reto de diversificar la oferta turística en la zona Alta de Guanujo en Bolívar, Ecuador, y consolidar la zona Alta de Guanujo como un destino sostenible y competitivo. Los beneficiarios directos de esta iniciativa son las comunidades locales, incluyendo a los residentes de Guanujo y sus alrededores, quienes serán beneficiados de la implementación de la solución a la propuesta. Experimentarán una mejora en su calidad de vida mediante la creación de empleo, la promoción de negocios turísticos y el aumento de los ingresos provenientes de un turismo sostenible que respeta el entorno natural y cultural. Por lo consiguiente los beneficiarios indirectos incluyen al gobierno local y a las organizaciones no gubernamentales activas en el turismo y el desarrollo comunitario. Ellos también se beneficiarán de los hallazgos de la investigación mediante una mejor estrategia pública y la promoción de la región como un destino atractivo. Por lo tanto, este estudio no solo busca resolver un problema inmediato, sino que también contribuye al desarrollo económico y social de la región y que este se posicione a la zona Alta de Guanujo como un destino turístico líder.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Desarrollar una propuesta de productos turísticos que diversifique y consolide el destino en la zona alta de Guanujo.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Analizar la oferta turística de la zona alta de Guanujo para el establecimiento de una línea base en la investigación.
- Identificar segmentos y preferencias de la demanda mediante investigación de mercado.
- Estructurar productos con criterios de sostenibilidad y competitividad para la consolidación de la zona como un destino turístico.

1.6. Idea a Defender

La caracterización de los atractivos y prestadores de servicio turístico en la zona alta de Guanujo, junto con la identificación de segmentos y preferencias de la demanda mediante una investigación de mercado exhaustivo, permite estructurar productos sostenibles que diversifiquen y consoliden el destino en la región a largo plazo. Este enfoque integral no solo promueve una oferta turística más variada y atractiva, sino que también fomenta la participación activa de las comunidades locales en la gestión del destino asegurando que los beneficios económicos y sociales del turismo se distribuyan de manera equitativa. Al implementar criterios de sostenibilidad en el diseño de estos productos, se garantiza la conservación de los recursos naturales y culturales, lo que a su vez atrae a un público más consciente y comprometido con el entorno, fortaleciendo así la imagen de Guanujo como un destino turístico responsable y atractivo.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

En este apartado se presentan diversas investigaciones, tesis, proyectos y artículos que abordan temas referentes al presente proyecto de investigación basándose especialmente en los objetivos específicos. Donde esto nos ofrece un panorama integral sobre las oportunidades y desafíos del destino, así como su diversificación y consolidación. A través de un análisis, se busca enriquecer la comprensión del contexto turístico actual y se propone soluciones innovadoras que beneficien tanto la comunidad local como los visitantes.

Calle et al., (2023) realizan un estudio en la Universidad Alas Peruanas, sobre la investigación de mercado desde una perspectiva multidisciplinaria. Enfrenta el problema de la falta de comprensión de la interconexión entre diversas disciplinas en el ámbito de la investigación de mercado. Tiene como objetivo analizar como este enfoque integral incide en las decisiones empresariales. Se llevó a cabo mediante una metodología con un enfoque mixto, considerando la pertinencia de disciplinas como la economía, la psicología del consumidor, la sociología y la estadística. Además, se adoptó un diseño de investigación exploratoria, permitió identificar nuevas oportunidades y áreas de interconexión entre las disciplinas, mientras que la investigación descriptiva se centró en proporcionar una comprensión detallada de los beneficios para las empresas y el comportamiento, del consumidor.

A nivel Nacional, Del Toro Cabrera, (2025) con su artículo titulado; Propuesta de una estructura metodológica como guía exhaustiva y detallada para el diseño de rutas turísticas. Artículo que llevo a cabo en Ecuador Guayaquil donde los lugares de investigación fueron el Parque Histórico de Guayaquil, el Bosque Protector Cerro Blanco, la Isla Santay y el cantón

Playas, que propone una estructura metodológica para el diseño de una ruta turística contribuyendo el desarrollo de una guía exhaustiva, centrándose en aspectos como la autenticidad cultural, la sostenibilidad y la accesibilidad. El objetivo se enfoca en diseñar una estructura metodológica que sirva como herramienta para que los planificadores turísticos elaboren rutas atractivas y funcionales en destinos locales. El estudio se basa con una metodología en un enfoque cualitativo, con alcance exploratorio y empleando la teoría fundamentada como marco metodológico, permitiendo construir patrones emergentes a partir de entrevistas semiestructuradas a actores clave en el diseño de rutas turísticas. Los resultados brindaron un modelo metodológico replicable y adaptable a distintos contextos de planificación turística, proporcionando una herramienta concreta para el diseño de rutas en destinos locales y enriqueciendo la experiencia turística mediante un enfoque estructurado.

Por otro lado en Ecuador, Martínez et al., (2024) llevaron a cabo una investigación titulada; Caracterización de la Oferta de los atractivos turísticos alternativos caso Baño de Agua Santa, la investigación se centró en la gestión eficiente de los atractivos turísticos alternativos del cantón Baños de Agua Santa, para mejorar su oferta y fomentar el progreso económico, debido a la necesidad de ampliar oportunidades, ya que, a pesar de la evolución favorable observada en este ámbito, la ausencia de información exhaustiva sobre la temática motivó a ejecutar este estudio. Por lo tanto, el objetivo principal de la investigación fue caracterizar la oferta turística, describir las estrategias de gestión de los recursos y determinar el perfil de las atracciones. Así, a representantes y administradores de una muestra de 53 atractivos turísticos elegidos mediante un muestreo no probabilístico, se aplicó una encuesta previamente validada de acuerdo al coeficiente Alfa de Cronbach, para conocer aspectos desde el nivel de afluencia hasta la eficacia del plan de promoción. Los resultados subrayan la importancia de la innovación en el turismo, la utilización

de redes sociales, las técnicas de marketing y la posesión de experiencia necesaria para prestar servicios de alta calidad, fomentando así la competitividad y la sostenibilidad en la industria. Para concluir, se destaca que los enfoques innovadores se consideran indispensables, al igual que la promoción eficiente de los servicios, la inclusividad y la capacidad de respuesta a las demandas de los consumidores para la administración óptima del sector turístico.

Por otro lado a nivel local en el cantón Guaranda, el estudio realizado por García & Torres, (2018) mencionan sobre la creación de una operadora turística para la ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar, a fin de ofrecer servicios turísticos a nacionales y extranjeros que visiten el cantón y la provincia, el objetivo central de ésta investigación, determina la factibilidad y viabilidad de constituir una empresa, encaminada a brindar al turista una experiencia novedosa y creativa, cuyo sello sea la prestación de un servicio eficaz y de calidad, con precios accesibles según el tipo de cliente y sus necesidades, lo que genere beneficio para ambas partes.

Se ha podido comprobar que, tanto para el cantón Guaranda y la provincia, el desarrollo y explotación del sector turismo, ayudaría a dinamizar su economía seccional y, alcanzar, por ende, la consecución del tan ansiado bien común. A través del análisis del macro y micro entorno se ha podido analizar cuáles son los factores que influenciarán a la empresa durante su desarrollo y ejecución, por lo que, con ayuda de encuestas, se ha podido evaluar sobre el conocimiento, el interés y la opinión que tiene el turista; así como también, conocer sobre la motivación y la satisfacción que tiene el turista al visitar la parroquia rural Salinas, cuyo resultado permitirá a la administración de la empresa, determinar los lineamientos que vayan encaminados a operaciones y procesos que generen rentabilidad a largo plazo, lo cual va unido a un estudio de mercado, que permitirá fijar el precio, el producto, la promoción y la comercialización de los paquetes turísticos

a ser ofertados dentro de la operadora, pero siempre tratando de contribuir con la implementación de políticas que conlleven al cuidado del medio ambiente, para coadyuvar a un desarrollo sostenible.

En Guanujo, la presente investigación es de interés al permitir analizar e interpretar si el turismo puede ser considerado un sustento económico para los habitantes de la parroquia de San Pedro de Guanujo. Se planteó el problema de estudio, considerando que no cuenta con una estrategia elaborada técnicamente que les permita desarrollar las actividades turísticas de forma sostenible. Se formuló los objetivos específicos donde se conoció el origen y la historia de Guanujo, los tractivos turísticos y si son el sustento económico para la parroquia, con estos objetivos se busca aprovechar sustentablemente los recursos disponibles en el caso de los lugares turísticos que permitan impulsar la actividad turística y mejorar la calidad de servicios para el bienestar de la población, también se estableció el potencial natural y cultural presente en la zona, en la investigación se despejaron las dos variables de estudio que amplió los conocimientos los mismos que ayudaron para formular criterios personales, la metodología que se aplicó fue la exploratoria donde se aplicó una observación directa que permitió facilitar la aplicación de las encuestas y entrevistas, mediante la investigación de campo se hizo una investigación directa donde se validó los atractivos turísticos del sector, mediante fotografías y argumentando de acuerdo a la información adquirida de cada lugar. Se llegó a la conclusión que los atractivos turísticos si aportan al sustento económico de los pobladores, pero es importante la capacitación de las personas para que brinden una buena atención al turista y regrese, también cabe indicar que los lugares que tienen menor afluencia se debe tomar mayor importancia y sobre todo las autoridades apoyen al turismo (Morocho & Ocampo, 2016).

2.2. Marco Científico

En esta sección, se presentan teorías que respaldan el diseño de productos turísticos destinados a diversificar y consolidad el atractivo de la zona alta de Guanujo. Estas teorías abordan la importancia de la innovación en el desarrollo turístico, la sostenibilidad ambiental y la participación activa de la comunidad local. Al integrar estos enfoques, se busca establecer un marco conceptual que no solo potencie la oferta turística de la región, sino que también fomente un desarrollo equilibrado y responsable beneficiando tanto a los visitantes como a la población local.

De la Colina (2020) menciona con la definición que recoge el autor Miguel Ángel Acerenza sobre el producto turístico, lo siguiente: "Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista…, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso."

Todos estos elementos que conforman el producto turístico se resumen en tres: recursos turísticos, infraestructuras, y empresas y servicios turísticos. Los recursos turísticos pueden ser relacionados con la naturaleza, con la historia, o con la cultura viva del destino turístico. Ej. Para el producto turístico de aventura es importante los recursos naturales, es decir aquellos recursos turísticos que aporta el espacio natural.

De acuerdo al artículo de Torreblanca (2020) La diversificación es una estrategia empresarial que consiste en ampliar el mercado potencial con el objetivo de expandirse y alcanzar un mayor crecimiento. Hablando en términos marketinianos, se trata de descubrir nuevos nichos de mercado en los que la empresa pueda penetrar y lograr el éxito.

Las estrategias de diversificación también pueden emplearse cuando la empresa precisa

reestructurar alguna línea de negocio. Diversificar consiste en crear nuevos productos o servicios, desarrollar un nuevo enfoque para los productos o servicios existentes o buscar otros perfiles de consumidores con necesidades o deseos que atender. En esta última opción, analizar los nuevos estilos de vida que van surgiendo, sobre todo generacionalmente, puede aportar una interesante nueva visión a la empresa desde el punto de vista estratégico.

Por otro lado, la teoría del cambio climático se basa en el efecto invernadero que consiste en la retención en la atmósfera de energía que la Tierra emite tras haber sido recalentada por la radiación solar. Según el consenso actual científico, este efecto se acentúa por la emisión del CO2 y el metano, debido a la actividad industrial. Si no fuera por los gases de invernadero la radiación se escaparía dejando a la Tierra fría e inhabitable (Ferrero, 2010).

En opinión de Llupart et al., (2022) mencionan que la oferta turística es una combinación de servicios y productos que se presentan para su consideración por un cliente turístico que desea realizar un viaje. Su objetivo principal es que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria durante su estancia, por tanto, es relevante analizarla desde el punto de vista de su conceptualización por diferentes autores, elementos que la integran, características, clasificación, proyecciones, así como las tendencias actuales de comportamiento.

Una línea base del proyecto es un punto de referencia fijo que se utiliza para comparar el rendimiento del proyecto a lo largo del tiempo. Los responsables de proyectos utilizan las líneas base para evaluar el progreso del alcance, de la planificación y del coste del proyecto a medida que se va completando. Las líneas base se diferencian de los objetivos en que se centran en el estado del proyecto, mientras que el objetivo se centra en los resultados. Añadir líneas base al proyecto puede servirte para evaluar cómo ha contribuido el estado de un proyecto a lo largo del tiempo a la consecución de los objetivos (Rehkopf, 2023).

La segmentación de mercados es “la división total de un bien o servicio en varios grupos menores y homogéneos”. La premisa principal del concepto se basa en que los individuos del grupo son semejantes en función de los factores coadyuvantes de la demanda (Romero et al., 2008).

La demanda turística, según Martínez & Domínguez (2000), puede ser definida de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, aunque tiene, no obstante, unas características que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes o servicios no turísticos, las cuales se deben tener en cuenta para no caer en simplificaciones y para evitar posibles errores futuros de planificación que se podrían producir por el hecho de obviarlas.

Según Kotler (1996): “La investigación de mercados es la planeación, recopilación y análisis de la información relevante para la toma de decisiones en las estrategias de marketing de las organizaciones”.

La estructura de producto se define como un marco organizativo donde se crean divisiones en función de los productos fabricados, incorporando las funciones de fabricación necesarias y compartiendo funciones indirectas con todo el grupo. Este enfoque permite la experiencia en productos dentro de cada división, operando como unidades de negocio autónomas, pero puede generar duplicación de funciones.

Los criterios ESG se refieren a factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo que se tienen en cuenta a la hora de invertir en una empresa. Aunque su origen se remonta a varias décadas atrás, en los últimos años se han convertido en la referencia de la inversión socialmente responsable (ISR).

La competitividad comprende una de las fuerzas más poderosas presentes en la sociedad puesto que permite avanzar en términos de crecimiento socioeconómico y actualmente es un fenómeno a nivel mundial que incluye a empresas, países. La sociedad moderna en la que se vive

actualmente, es protagonista de la alta competitividad que se ha intensificado en todas las áreas del conocimiento. Esto como es lógico, conlleva a que las organizaciones se vean en la necesidad de precisar estrategias que permitan ofrecer valor agregado a los productos o servicios que entregan al mercado y, de esta manera, se puedan satisfacer las necesidades de sus clientes más rápido que la competencia.

La estrategia competitiva según Porter (1985), implica posicionar una empresa para maximizar el valor de las capacidades que la distinguen de sus competidores; a la vez, el objetivo de cualquier estrategia genérica es crear valor para los compradores.

Según los estudios de Butler (1980), las fases que atraviesa un destino son: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive. Cada etapa presenta una serie de rasgos característicos en cuanto a la situación de la demanda, la oferta, la comercialización y la competencia.

2.3. Marco Conceptual

A continuación, se detallan los principales conceptos de las variables de investigación. Esta sección se enfoca en definir cada variable, su función dentro del estudio y su relevancia para el análisis de los resultados. Al clasificar estos conceptos, se facilita una comprensión más profunda de cómo influye en el desarrollo de la investigación y en la interpretación d ellos hallazgos.

Turismo

El turismo es un fenómeno complejo y multidimensional que se define por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su entorno habitual. Este movimiento, motivado por un espectro amplio de razones que van desde el ocio y la recreación hasta negocios, cultura, salud, educación o visitas familiares, genera una intrincada red de relaciones humanas y una vasta industria de servicios (Rojas Eilyn & Llorente Rodolfo, 2025, pag.34).

Producto turístico

"Conjunto de múltiples prestaciones tangibles e intangibles que se ofrecen a los turistas dentro de un determinado territorio, con el objetivo de satisfacer una experiencia turística de acuerdo a sus necesidades" (Ponce de León et al., 2018, pag.128).

Diversificación

La diversificación es una estrategia empresarial que consiste en ampliar el mercado potencial con el objetivo de expandirse y alcanzar un mayor crecimiento. Hablando en términos marketinianos, se trata de descubrir nuevos nichos de mercado en los que la empresa pueda penetrar y lograr el éxito (Torreblanca Francisco,2024).

La diversificación también ha sido definida por varios autores como el uso de recursos y capacidades para generar actividades económicas distintas al negocio principal, teniendo como objetivo la obtención de incrementos en las utilidades (Arango Eduardo, 2019, pag.3).

Consolidación

"La consolidación genera escala, lo que se traduce en mayor poder de negociación con proveedores, redes de distribución más sólidas y la posibilidad de aprovechar recursos corporativos en múltiples mercados" Santos del Valle et al., (2025, pag.125).

Destino turístico

De acuerdo a Ponce de León et al., (2018), pag.126 Es un espacio geográfico que se compone de atractivos, medios de accesibilidad, servicios básicos y complementarios; así como también del empoderamiento por parte de la comunidad local para el desarrollo y posicionamiento de esta unidad territorial como un sitio con vocación turística

Oferta turística

"Comprende todos los recursos y servicios que un destino turístico puede ofrecer a los visitantes, incluyendo alojamiento, gastronomía, atracciones culturales, naturales y actividades recreativas" (Chisaguano & Muñoz, 2024, pag.12).

Demanda Turística

"Representa la cantidad y el tipo de turistas que están interesados en visitar un destino en particular. Incluye aspectos como los perfiles de los turistas, sus motivaciones y preferencias de viaje" (Chisaguano & Muñoz, 2024, pag.12).

Línea base

"La línea base se refiere al conjunto de datos e indicadores que sirven como referencia para medir cambios y evaluar el impacto de proyectos o intervenciones en el ámbito turístico" (Ramírez, 2020, p. 56).

Segmento

"Un segmento en el contexto del turismo se refiere a un grupo específico de consumidores que comparten características similares, como intereses, comportamientos o necesidades, y que son objeto de estrategias de marketing diferenciadas" (Fernández, 2021, p. 102).

Investigación de mercado

"La investigación de mercado es el proceso de recopilación y análisis de datos sobre consumidores, competidores y el entorno del mercado, con el fin de tomar decisiones informadas sobre el desarrollo de productos y estrategias de marketing" (Sánchez, 2018, p. 34).

Criterios

"Los criterios son principios o normas que se utilizan para evaluar o clasificar elementos, en este caso, los atractivos turísticos, permitiendo una comparación objetiva y fundamentada" (Martínez, 2019, p. 45).

Sostenibilidad

La sostenibilidad no es solo ambiental, sino también social y económica. Un turismo verdaderamente sostenible debe contribuir a reducir desigualdades, respetar los derechos de los trabajadores y promover la inclusión de mujeres, jóvenes e indígenas en la cadena de valor. Solo así podrá consolidarse como un motor de desarrollo integral (Santos del Valle et al., 2025, pag.18).

Gestión de destino

(Santos del Valle et al., (2025, pag.59) mencionan que la gestión de destinos ya no puede limitarse a promocionar atractivos turísticos. Hoy en día, implica diseñar experiencias integrales que combinen cultura, naturaleza, infraestructura y servicios de calidad. La innovación en gestión se refleja en la creación de observatorios turísticos que analizan datos en tiempo real, el uso de aplicaciones móviles para guiar a los visitantes o la implementación de sistemas de movilidad

sostenible en ciudades turísticas.

Estructurar productos

De acuerdo a Ministerio de Turismo del Ecuador, (2019) el producto turístico es el conjunto de recursos naturales y culturales, transformados a través de un proceso de valor agregado, es decir, con la implementación de infraestructura, facilidades, actividades y capacidades humanas, que, de manera conjunta con los servicios, generan la posibilidad de satisfacer las necesidades de los visitantes.

Análisis

"El análisis de datos identifica las tendencias, anticipa demandas y diseña estrategias de marketing más eficaces" (Santos del Valle et al., 2025, pag.125).

Caracterizar Atractivos

"Caracterizar atractivos turísticos implica describir y analizar las cualidades, características y valores que hacen que un destino o actividad sea atractivo para los visitantes, facilitando su promoción y desarrollo" (González, 2020, p. 112).

Prestadores de servicio

"Los prestadores de servicio en turismo son entidades o individuos que ofrecen productos y servicios a los turistas, como guías, hoteles, restaurantes y agencias de viajes" (López, 2019, p. 89).

Ruta turística

Es una herramienta de planificación y desarrollo que consiste en un recorrido de un punto A hasta un punto B, en el que se alinean atractivos turísticos con productos/actividades y servicios necesidades (Ponce de León et al., 2018, pag.130).

Zona turística

Es la unidad de mayor análisis y estructuración. Debe agrupar un número mayor o igual a 10 atractivos lo suficientemente próximos indiferentemente de su tipo y categoría (Ponce de León et al., 2018, pág. 19).

2.4. Marco Legal

En este apartado, se abordan las leyes y artículos que regulan la actividad turística en Ecuador. Este marco legal es fundamental para garantizar el desarrollo sostenible del turismo en el país, protegiendo tanto los derechos de los turistas como los intereses de las comunidades locales. A través de un análisis de la normativa vigente, se busca comprender como estas regulaciones influyen en la gestión de los recursos turísticos, promueven la calidad de los servicios ofrecidos y aseguran la conservación del patrimonio cultural y naturales.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador, Decreto Legislativo 0 Registro Oficial 449 de 20-oct.-2008 Ultima modificación: 25-ene.-2021, Estado: Reformado

TÍTULO I

Elementos Constitutivos del Estado

Capítulo primero Principios fundamentales menciona que:

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.

6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.

7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.

En la Sección segunda

Habla del Ambiente sano donde el:

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumak kawsay.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados

Por otro lado, el Capítulo cuarto

Se defiendes los Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades y en el:

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.

2. No ser objeto de racismo y de ninguna forma de discriminación fundada en su origen, identidad étnica o cultural.

3. El reconocimiento, reparación y resarcimiento a las colectividades afectadas por racismo, xenofobia y otras formas conexas de intolerancia y discriminación.

4. Conservar la propiedad imprescriptible de sus tierras comunitarias, que serán inalienables, inembargables e indivisibles. Estas tierras estarán exentas del pago de tasas e impuestos.

5. Mantener la posesión de las tierras y territorios ancestrales y obtener su adjudicación gratuita.

6. Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras.

Cabe destacar también el Capítulo séptimo donde habla sobre Derechos de la naturaleza y en el:

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

En el Capítulo noveno se menciona sobre Responsabilidades y el:

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

13. Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos

Capítulo cuarto menciona de Soberanía económica Sección primera Sistema económico y política económica, el:

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía

popular y solidaria se regula de acuerdo con la ley e incluye a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

En la Sección quinta se defiende la Cultura y el:

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural.

Este marco se basa en varios artículos de la Constitución ecuatoriana que establecen principios fundamentales para el desarrollo sostenible y protección de los derechos de la población local. El artículo 3 establece que uno de los derechos primordiales del Estado es planificar el desarrollo nacional y promover el desarrollo sostenible. Esto es esencial para crear un modelo turístico que no solo diversifique la oferta de la zona de Guanujo, sino que también garantice el bienestar de sus residentes. Además, el artículo 57 garantiza a los pueblos indígenas de los colectivos fundamentales la preservación de su identidad cultural y la participación en el uso de los recursos naturales, siendo importante la inclusión de estas comunidades en el sector turístico para que puedan beneficiarse directamente de la actividad y fortalecer su sentido de pertenencia. Finalmente, el Artículo 283 estipula que el sistema económico debe ser social y solidario. Esto refuerza la idea de que el turismo en Guanujo debe ser inclusivo y promover un modelo que involucre a todos los actores locales y permita una relación equilibrada entre la sociedad. Por lo tanto, este estudio busca no solo diversificar el turismo, sino también garantice el desarrollo sostenible, equitativo y beneficioso para toda la comunidad, y que sea coherente con los principios constitucionales del país.

LEY DE TURISMO

La Ley de Turismo Ley 97 Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002 Ultima modificación: 29-dic.-2014 Estado: Vigente

CAPITULO I

En este apartado del capítulo I menciona sobre las Generalidades la cual se toman en cuenta estos artículos importantes:

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de

condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

Esto se menciona en la Ley de Turismo (Ley 97), donde se establece los principios y objetivos fundamentales para el desarrollo turístico en Ecuador. Art. 3 enfatiza la importancia de la participación de los gobiernos provinciales y cantonales en la promoción del turismo. Esto es crucial para el apoyo de GADs provinciales y cantonales para el desarrollo de Guanujo. El mismo Art. Menciona que las iniciativas y participación propia de las comunidades indígenas y campesinas y esto permite el involucrar directamente para que esta se preserve su cultura y sus ecosistemas. Art. 4 estipula que la política gubernamental debe reconocer el turismo como una iniciativa privada y comunitaria. Donde implica que el desarrollo turístico en Guanujo debe promover la autogestión y la creación de productos turísticos competitivos que beneficien a la comunidad. Art. 12 garantiza que las comunidades locales organizadas reciban los recursos necesarios para la prestación de servicios turísticos. Es fundamental para empoderar a los guanujeños y permitir su participación activa en el sector turístico. En conjunto, estos artículos de la Ley de Turismo conforman un marco legal que apoya la diversificación y consolidación del turismo en Guanujo y garantiza que sea sostenible, inclusivo y respetuoso, a la vez que preserva el patrimonio cultural y natural de la región.

CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, COOTAD

De acuerdo CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL, COOTAD Ley 0 Registro Oficial Suplemento 303 de 19-oct.-2010 Ultima modificación: 31-dic.-2019 Estado: Reformándose tomo los siguientes artículos que cubren la investigación de este proyecto:

En el Capítulo II Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial Sección Primera Naturaleza jurídica, sede y funciones

Art. 41.- Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado provincial las siguientes: enfocándose en el literal i:

Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad en el área rural, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados de las parroquiales rurales;

Art. 42.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado provincial. - Los gobiernos autónomos descentralizados provinciales tendrán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de otras que se determinen:

f) Fomentar las actividades productivas provinciales, especialmente las agropecuarias; y, m) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias

En el Capítulo III Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Sección Primera Naturaleza Jurídica, Sede y Funciones

Art. 54.- Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

En el literal g menciona:

g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente

la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;

Luego tenemos el Capítulo IV Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Sección Primera Naturaleza jurídica, sede y funciones

Destacando su articulo

Art. 64.- Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;

Se apoya en el Código Orgánico de Organización Territorial, COOTAD, que establece un marco normativo esencial para el desarrollo turístico en Ecuador. El Art. 4 estipula que una de las tareas del gobierno provincial autónomo descentralizado es promover y apoyar las actividades culturales y recreativas en beneficio de la población. Donde es fundamental para el desarrollo de un turismo en Guanujo que respete y valore las tradiciones locales. Este enfoque en la cultura y las artes contribuye a la creación de una oferta turística auténtica y atractiva.

El Art. 42 se establece las competencias exclusivas de los gobiernos provinciales, incluyendo la promoción de actividades productivas. Esto implica que el desarrollo turístico debe coordinarse con otros sectores económicos, como la agricultura, para garantizar un crecimiento integral y sostenible en la región. Además, la cooperación internacional mencionada en este artículo puede ser crucial para obtener recursos y apoyo para la implementación de proyectos turísticos.

A nivel municipal, el Art. 54 estipula que los gobiernos locales descentralizados y autónomos son responsables de regular y promover el desarrollo turístico en coordinación con

otros gobiernos descentralizados. Esto garantiza que las iniciativas turísticas en Guanujo cumplan con las directrices locales y se implementen eficazmente.

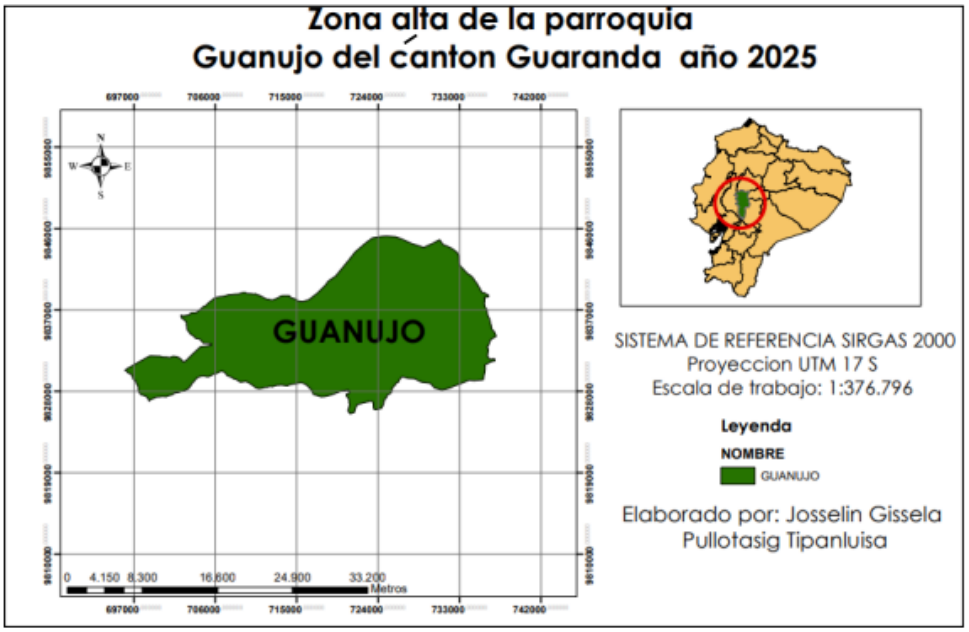
Finalmente, el Art. 64 del capítulo sobre gobernanza de las comunidades rurales enfatiza la importancia de promover la inversión y el desarrollo económico, en particular en el turismo, en coordinación con otros niveles de gobierno. Esto subraya la necesidad de un enfoque cooperativo y participativo para el desarrollo turístico, a fin de garantizar que las comunidades locales se beneficien directamente de las oportunidades que surjan. En conjunto, estos artículos del COOTAD proporcionan un marco sólido que apoya la investigación y promueve un modelo turístico sostenible e inclusivo que fortalece el desarrollo económico y cultural de Guanujo.

2.5. Marco Georreferencial

Esta sección detalla la georreferenciación datos importantes como herramienta clave para el desarrollo del proyecto de investigación. Permite asignar coordenadas geográficas a los datos y elementos del estudio, dando facilidad para su localización y análisis espacial. Con esta técnica, se puede visualizar la distribución de sus atractivos turísticos y su relación con las variables socioeconómicas y ambientales.

Ilustración 1

Ubicación geográfica de la zona alta de la parroquia de Guanujo



Nota: La ilustración representa la ubicación de la zona alta de la parroquia Guanujo; elaborado por Josselin Pullotasig en la aplicación Sirgas.

Ubicación y limite

La Zona Alta de Guanujo se ubica en la provincia de Bolívar, Ecuador. Se ubica en la región central del país y limita al norte con el cantón de Chillanes, al sur con el cantón de San Miguel, al este con el cantón de Guaranda y al oeste con la provincia de Cañar (Córdova, 2015).

Flora y fauna

La flora de las Tierras Altas de Guanujo es diversa y está dominada por especies de montaña como pinos y diversas plantas nativas adaptadas a la altitud. La fauna incluye venados, diversas aves endémicas y pequeños mamíferos (Espinosa, 2019). La región también alberga una variedad de insectos y reptiles típicos de los ecosistemas de montaña (Ministerio del Ambiente, 2020).

Población

Guanujo tiene una población relativamente pequeña y diversa, compuesta principalmente por mestizos y comunidades indígenas kichwa. Según el último censo, cuenta con aproximadamente 1500 habitantes (INEC, 2020). La mayoría de la población se dedica a la agricultura y la ganadería, lo que refleja un estilo de vida rural.

Costumbres

Las costumbres del pueblo Guanujo están fuertemente influenciadas por las tradiciones indígenas y mestizas. Las fiestas patronales, como la de San Juan, son momentos centrales en los

que se realizan danzas, música y rituales que reflejan la identidad cultural de la comunidad (Paz y Miño, 2018). Las prácticas agrícolas también están vinculadas a las costumbres tradicionales que honran la tierra y los ciclos naturales.

Religión

La religión predominante en Guanujo es el catolicismo, aunque existen prácticas sincréticas que incorporan elementos indígenas. Las festividades religiosas suelen incluir rituales que honran tanto a santos católicos como a deidades indígenas, lo que refleja la fusión cultural de la región (Paz y Miño, 2018).

Nivel Socioeconómico

El nivel socioeconómico en el Altiplano de Guanujo es moderadamente bajo; la economía se basa principalmente en la agricultura y la ganadería. Los cultivos clave incluyen maíz, papa y hortalizas, esenciales para el sustento de las familias locales (INEC, 2020). Sin embargo, el acceso limitado a recursos y servicios básicos obstaculiza el desarrollo económico de la región (Ministerio de Integración Económica y Social, 2021).

Política

La política en Guanujo está significativamente influenciada por la estructura del autogobierno local. Los gobiernos auto descentralizados desempeñan un papel crucial en la toma de decisiones y la implementación de medidas que afectan a la comunidad. La participación ciudadana en la política local es fundamental para atender las necesidades de la población (COOTAD, 2019).

Clima

El clima en las tierras altas de Guanujo es templado, con temperaturas que oscilan entre 10 °C y 20 °C. La precipitación anual varía, con un promedio de entre 800 y 1200 mm, y la humedad relativa alcanza hasta el 80 %.

Superficie y Altitud

La altitud de Guanujo varía, pero generalmente se sitúa entre los 2600 y los 3000 metros sobre el nivel del mar. La región montañosa presenta una topografía que favorece la agricultura de subsistencia.

Suelo

Los suelos de esta región son generalmente fértiles y aptos para la agricultura, pero pueden erosionarse debido a la topografía montañosa.

Producción

La provincia Bolívar cuenta con zonas aptas para la agricultura y ganadería propias de la Sierra como de la Costa, gracias a la diversidad de climas que posee como consecuencia de su posición geográfica. Es un productor de cereales y hortalizas, en las zonas altas; En la producción ganadera, se destaca en la reserva del páramo vicuñas, llamas y alpacas (PDOTB, 2015).

Turismo

El turismo en zona Alta de Guanujo se centra en la belleza natural de la región, con sus paisajes montañosos y rutas de senderismo. Los visitantes también pueden disfrutar de las tradiciones culturales y las festividades locales, especialmente atractivas para quienes se interesan por la cultura de las poblaciones indígenas y mestizas.

Parte Sociocultural

La parte social, el bienestar y desarrollo social de la provincia Bolívar tienen estrecha relación con los espacios físicos ambientales, geográficamente delimitados, las formas de

organización y capacidades de los actores sociales para el trabajo en redes y las posibilidades de incorporarse en los procesos de cogestión del territorio y características del tejido social, la movilidad social, las tradiciones históricas e identidad propia que se expresan en identificación de intereses y sentido de pertenencia. La interculturalidad supone la búsqueda de relaciones positivas entre personas de diferentes culturas, ello supone pasar de un YO (nosotros), con otro (los otros). En este marco la Educación Intercultural como parte de la ideología, defiende el derecho de los pueblos a tener y cultivar su propia cultura a partir del reconocimiento de las mismas (PDOTB, 2015).

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

El presente proyecto se llevó a cabo a través de una metodología que combina tipos de investigación exploratoria descriptiva, siendo también de campo y documental y por su parte también, no experimental, así con un enfoque mixto y sus métodos inductivo deductivo, y es así que esto busco obtener un panorama integral donde, permitió formular estrategias efectivas para diversificar la oferta turística y consolidar Guanujo como un destino atractivo.

3.1.Tipo de Investigación

3.1.1. En función del propósito

La investigación se basa en ser Básica Según Muntané, (2020) se denomina investigación pura, teórica o dogmática. Se caracteriza porque se origina en un marco teórico y permanece en él.

El objetivo es incrementar los conocimientos científicos. Pero sin contrastarlos con ningún aspecto practico.

Para caracterizar atractivos y prestadores y establecer la línea base de la oferta, se aplicó la investigación básica que se fundamentó en un marco teórico sólido, lo que permitió comprender en profundidad los conceptos involucrados.

3.1.2. Por su nivel de profundidad

Por su nivel de profundidad es Exploratoria y descriptiva, por un lado, la exploratoria es un tipo de investigación que identifica los aspectos fundamentales de una problemática determinada, y los procedimientos adecuados para una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica abrir líneas de investigación y

proceder a su consecuente comprobación.

Y por su parte la descriptiva es un tipo de investigación que se basa en el análisis pormenorizado del fenómeno a estudiar, lográndose caracterizar la patología en concreto, lo que puede servir de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad (Muntané, 2020). Se utiliza este enfoque exploratorio descriptiva para identificar los aspectos clave de los atractivos y prestadores, y un análisis descriptivo para caracterizarlos detalladamente.

3.1.3. Por los medios de obtener datos

Según la clase de medios para obtener los datos e información se destacan la investigación de campo y documental, por una parte, la investigación de campo es información que deriva de la simple observación de fenómeno a investigar. Este tipo de investigación puede estar apoyada por informes o documentos sobre el tema objeto de investigación. Y por otro lado la investigación documental, se basa en la búsqueda de información presente en las bases de datos y documentos previamente elaborados por otros autores (Muntané, 2020).

En cuanto a identificar segmentos y preferencias de la demanda mediante investigación de mercado, se empleó una combinación de investigación de investigación de mercado, se empleó una combinación de investigación documental y de campo, buscando información en bases de datos existentes y analizando tendencias que faciliten la segmentación del mercado.

3.1.4. Por la mayor o menor manipulación de variables

Se centra en la investigación no experimental, es cuando el investigador se limita a observar los acontecimientos sin intervenir en los mismos entonces se desarrolla una investigación no experimental (Grajales, 2000)

En este caso, para estructurar productos y rutas turísticas visibles con criterios de

sostenibilidad y gestión del destino, se llevó a cabo una investigación no experimental que permite observar las dinámicas actuales sin intervenir, complementada con un análisis descriptivo que caracterice los productos y rutas desde una perspectiva de sostenibilidad.

3.2. Enfoque de la investigación

3.2.1. Enfoque mixto

En términos generales este enfoque es conceptualizado como el uso o la combinación de metodologías de investigación provenientes de las tradiciones cuantitativa y cualitativa (Pole, 2009). Según Terrell (2011), los estudios con métodos mixtos han surgido del paradigma donde se complementan los enfoques cualitativo y cuantitativo (Ramírez et al., 2018).

3.2.2. Enfoque cualitativo

Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación (Hernández et al., 2014).

3.2.3. Enfoque cuantitativo

Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías (Hernández et al., 2014).

Este estudio emplea un enfoque de métodos mixtos, justificado por la necesidad de una comprensión integral y multidimensional del fenómeno turístico investigado. Mediante la combinación de métodos cualitativos y cuantitativos, se realizó una caracterización detallada de las atracciones turísticas y los proveedores de servicios, sentando una base sólida para documentar la oferta existente. La fase cualitativa incluyó entrevistas y grupos focales con actores clave, lo que permitió captar percepciones y experiencias que no siempre se reflejan en datos numéricos.

Por otra parte, la investigación se basa en la identificación de segmentos de mercado y preferencias mediante encuestas estructuradas y proporciona datos estadísticos que sustentan las conclusiones. Asimismo, se aplican criterios de sostenibilidad y gestión de destinos en el diseño de productos y rutas turísticas, incorporando tanto el análisis de datos como la retroalimentación cualitativa de los principales actores. Esto garantiza que las propuestas no solo estén orientadas al mercado, sino que también respeten y promuevan la sostenibilidad ambiental y social del destino. Y así, la metodología mixta permitió una triangulación de datos que enriqueció los hallazgos y facilitó la toma de decisiones informadas para el desarrollo turístico.

3.3. Métodos de Investigación

De acuerdo a la investigación se basó el método Inductivo Deductivo, donde el término deductivo se define, según la Real Academia Española (RAE) (2019, definición 1), como "que obra o procede por deducción" y deducción como "método por el cual se procede lógicamente de lo universal a lo particular" (Real Academia Española, 2019, definición 3).

Por consiguiente, el método deductivo se lleva a cabo mediante la explicación de un componente teórico que da lugar a una hipótesis específica (Palmero, 2020).

Por otro lado, el término inductivo, a diferencia del deductivo, se define según la RAE (2019, definición 1) como "que se hace por inducción", inducción como "acción y efecto de inducir" (RAE, 2019, definición 1) y el verbo inducir dentro de este campo lo tomaremos como "extraer, a partir de determinadas observaciones o experiencias particulares, el principio general implícito en ellas" (RAE, 2019, definición 3). Por lo tanto, el método inductivo se lleva a cabo mediante la aplicación de una hipótesis específica para luego conocer el componente teórico que se esconde tras ella (Palmero, 2020).

Se aplico un enfoque inductivo-deductivo para abordar los objetivos. Para caracterizar atractivos y prestadores, se utilizó el método deductivo, partiendo de teorías generales para formular hipótesis específicas. En la identificación de segmentos y preferencias de la demanda, se trabajó con el método inductivo, recolectando datos específicos que permiten detectar patrones y formular conclusiones generales. Por otra parte, para estructurar productos y rutas turísticas sostenibles, volviendo al método deductivo, utilizando principios teóricos sobre sostenibilidad para guiar el análisis de casos concretos y validar su aplicabilidad.

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

En este aparatado se destacan técnicas e instrumentos tanto cualitativa como cuantitativa que se alinean a los objetivos planteados para que se dé el cumplimiento de resultados. La combinación de estas metodologías permitió abordar el fenómeno del turismo desde múltiples perspectivas, facilitando una comprensión profunda de las dinámicas del mercado y las necesidades de los actores involucrados. A través de la aplicación de técnicas cualitativas, como entrevistas y grupos focales, se puede capturar la riqueza de las experiencias percepciones de los turistas, así como la comunidad local y los operadores turísticos.

Observación

De acuerdo a Medina et al., (2023) La técnica de observación es un método de recolección de datos utilizado en investigaciones sociales, psicológicas, antropológicas y en muchos otros campos, se trata de una técnica que permite a los investigadores observar comportamientos, actitudes y eventos en un entorno natural o controlado.

Entrevista

Menciona Medina et al., (2023) La entrevista es una técnica de investigación que involucra la interacción directa entre el entrevistador y el entrevistado con el objetivo de obtener información y opiniones detalladas sobre un tema específico. La entrevista se utiliza ampliamente en diferentes campos, como la psicología, la sociología, la antropología y la investigación de mercado, para investigar actitudes, comportamientos, motivaciones y experiencias personales del turista.

Encuesta

La encuesta es una técnica de investigación que se utiliza para recopilar información de un gran número de personas. Se trata de una herramienta versátil y accesible que permite a los investigadores obtener información sobre comportamientos, actitudes, opiniones y demografía de una población objetivo. Las encuestas pueden realizarse de muchas maneras, incluyendo en línea, por teléfono, por correo o en persona. Cada método tiene sus propias fortalezas y debilidades, y los investigadores deben elegir el método más adecuado para sus necesidades y objetivos (Medina et al., 2023).

Análisis

El análisis de documentos es una técnica de investigación que implica la revisión y evaluación sistemática de documentos escritos, tales como informes, transcripciones, registros y publicaciones, con el objetivo de obtener información y comprender mejor un fenómeno o un problema específico. Este método se utiliza ampliamente en diferentes campos, como la historia, la sociología, la antropología y la investigación de mercado (Medina et al., 2023).

Instrumentos

Ficha de observación

Una ficha de observación generalmente incluye una serie de preguntas o categorías, que pueden incluir información demográfica, comportamientos observables, contexto, fecha y hora, y otros detalles relevantes. La información se recopila de manera sistemática y se registra en la ficha de observación, lo que permite a los investigadores analizar y comparar los datos más tarde (Medina et al., 2023).

Ficha de entrevista

La ficha de entrevista es un instrumento presentado en un documento, cuyo fin principal es recolectar información de la persona entrevistada para el estudio, puede realizarse tanto de forma manual como computarizada y solo puede ser editada por el investigador, por lo que el entrevistado no debe maniobrarla (Medina et al., 2023).

Cuestionario

Un cuestionario es una herramienta valiosa en la recopilación de información y se utiliza ampliamente en diversos campos, incluyendo la investigación, la evaluación, la educación y la evaluación del desempeño (Medina et al., 2023).

Análisis

La ficha de análisis de documentos es una herramienta utilizada para evaluar y resumir información contenida en documentos escritos. Esta ficha permite a los usuarios recopilar y organizar información de manera eficiente, lo que puede ser útil para fines académicos, investigativos, legales o comerciales. La ficha de análisis de documento, el autor, la fecha de publicación, la fuente y el resumen de la información contenida en el documento. Además, puede contener información sobre la relevancia del documento para un tema específico, la cualificación

y credibilidad del autor, y las perspectivas y puntos de vista expresados en él. El proyecto de investigación sobre la oferta turística en la región del Alto Guanujo persiguió tres objetivos principales. Para el objetivo 1, se realizó un análisis exhaustivo de la oferta turística mediante observación y entrevistas.

Se utilizo una ficha de observación para registrar el contexto general, diagnostico situacional turístico de la zona alta de Guanujo, en el que se aplicó el instrumento de recolección de datos, con el fin de obtener información verídica. Esto con la ficha del MINTUR-AME 2019, para el levantamiento de información de los atractivos naturales y culturales. Además, dentro de este objetivo también se realizaron entrevistas estructuradas a los dueños de establecimientos para que el turista tenga donde hospedarse, por su puesto alimentación y realizar actividades recreativas, donde también dejan sus experiencias y sugerencias de mejora para la zona. En el Objetivo 2, se identificó la demanda mediante encuestas que esto permitió recolectar datos demográficos y preferencias de viaje, así como la frecuencia de visitas y factores que influyen en la decisión de viajar. Por último, objetivo 3 se llevó a cabo mediante un diagnóstico de la problemática de la zona alta de Guanujo (FODA) y se propone estrategias para promoción del sitio y que este sea más conocido, y con esto facilite así la estructuración de ofertas turísticas que promuevan la consolidación de la zona como un destino atractivo y responsable.

3.5. Universo, Población y Muestra

Para el estudio sobre la oferta turística en la zona alta de Guanujo, se determinó con un tamaño de población de 116.953 individuos según registro oficial informe MAATE (2025). Con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, el tamaño de muestra necesario para obtener resultados representativos se calculó en 384 turistas. Este enfoque garantiza que los datos

recopilados reflejen con precisión las opiniones y experiencias del grupo objetivo, lo que permite una evaluación precisa de la situación turística en la región.

Población: Se considera a todos los turistas que visitan el mercado más cercano a la zona Alta de Guanujo con un tamaño de población de *N=116.953* individuos.

Tamaño de la muestra: Se aplica la siguiente fórmula de Cochran Wiliam, para calcular el tamaño de muestra necesario:

Formula que aplica:

$$n = \frac{Z^2.\,\mathrm{p}.\,\mathrm{q}}{e^2.\,(N-1) + Z^2.\,p.\,q}$$

Calculo:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.5^2 * (116.953 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25}{0.25 * (116.952) + 3.84 * 0.25} =$$

$$n = \frac{0.9604}{29.238 + 09604} = 384$$

Donde el:

n = 384

N = 116.953

Z = valor z correspondiente al nivel de confianza (1.96 para un 95%)

p*p* = proporción estimada de la población (se puede usar 0.5 para maximizar el tamaño de la muestra)

e*e* = margen de error (0.05)

q= 1-p proporción contraria

3.6. Procesamiento de la Información

Empezamos empleando las técnicas que se utilizan y se aplican en la muestra:

a.- Encuestas: Se diseño una encuesta estructurada que incluyo preguntas sobre la satisfacción del turista, servicios utilizados, y sugerencias para mejorar la oferta turística. Aplicación de la encuesta con una muestra de 384 turistas seleccionados de forma aleatoria.

b.- Entrevistas: Se plantearon fichas del MINTUR para el manejo de las entrevistas a dueños de establecimientos donde los servicios puedan ser completos con; alojamiento, alimentación e intermediación, ya que esto permite al turista que tenga las tres variables de ¿Qué hacer? ¿dónde dormir? y ¿dónde comer?, lo que, 2 establecimientos y uno en espacial brinda los servicios completos para la Zona Alta de Guanujo.

c.- Observación: En esta parte hay observaciones sistemáticas en puntos clave de la zona para recoger datos sobre el comportamiento de los turistas y la calidad de los servicios.

d.- Matriz: Se utiliza una matriz para evaluar la sostenibilidad y competitividad de los productos turísticos identificados, basándote en los datos recogidos de encuestas y observaciones.

e.- Análisis: Se analizan los datos cuantitativos obtenidos de las encuestas y observar patrones, tendencias y correlaciones que pueden informar sobre la oferta turística.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Diagnóstico situacional turística en la zona alta de la parroquia Guanujo.

Para el desarrollo del primer objetivo se realizó un diagnóstico situacional turístico de la zona alta de Guanujo, en el que se aplicó el instrumento de recolección de datos, con el fin de obtener información verídica. Esto con la ficha del MINTUR-AME 2019, para el levantamiento de información de los atractivos naturales y culturales.

4.1.1. Primer instrumento. Fichas del MINTUR

Inventario de atractivos turísticos de la zona alta de la parroquia Guanujo

Tabla 1

Ficha resumen Bosque Yanasacha

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Bosque Yanasacha	Atractivo natural	Bosque	Páramo	1



Provincia	Cantón	Parroquia	latitud	Longitud	Altitud
Bolívar	Guaranda	Guanujo	733475	9835033	3990m.s.n.m

Nota: La presente información ha sido elaborada con base a los datos recolectados en campo, las coordenadas geográficas y la jerarquización del atractivo se han definido de acuerdos a los lineamientos técnicos del Ministerio de Turismo (MINTUR).

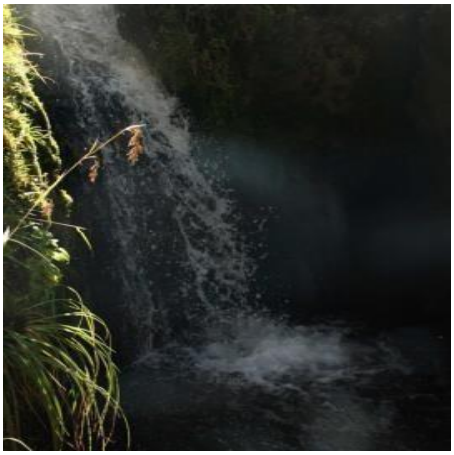
Descripción del atractivo

El bosque Yanasacha es una formación arbórea que se ha visto recuperada en su mayor parte, sirve de refugio para la avifauna, además de eso es un sitio para desarrollar historias y leyendas que son contadas por los adultos y niños, al igual sirve como refugio para animales que habitan en las zonas altas como lobos, venados zorros, entre otros.

Tabla 2

Ficha resumen Cascada Gallo Cantante

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Cascada Gallo Cantante	Atractivo natural	Rio	Cascada	1



Provincia	Cantón	Parroquia	latitud	Longitud	altitud
Bolívar	Guaranda	Guanujo	733460	9835166	3958 m.s.n.m

Nota: La presente información ha sido realizada en base a los datos recolectados en campo, las coordenadas geográficas y la jerarquización del atractivo se han definido de acuerdos a los lineamientos técnicos del Ministerio de Turismo (MINTUR).

Descripción del atractivo

La Cascada Gallo cantante es un atractivo natural que tiene la caída de agua de una vertiente natural que proviene de los deshielos del nevado Chimborazo, además la caída de agua tiene la forma de un plato, en la que se desarrollan baños de rituales y ceremoniales por parte de la población, así mismo tiene una leyenda en la que trata, de quien quiere ser un buen artista musical debería tomar el baño en la cascada.

Tabla 3

Cerro Gallorrumi

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Cerro Gallorrumi	Atractivo natural	Montaña	Media montaña	1



Provincia	Cantón	Parroquia	latitud	Longitud	altitud
Bolívar	Guaranda	Guanujo	733361	9835218	3959 m.s.n.m

Nota: La presente información ha sido elaborada con base a los datos recolectados en campo, las coordenadas geográficas y la jerarquización del atractivo se han definido de acuerdos a los lineamientos técnicos del Ministerio de Turismo (MINTUR).

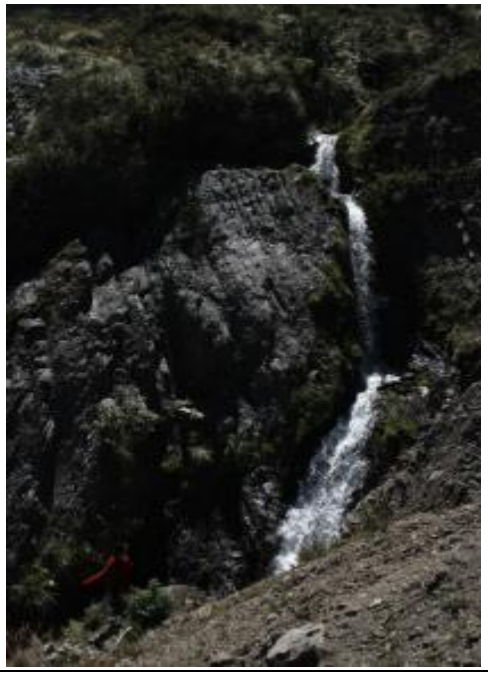
Descripción del atractivo

El Cerro Gallorrumi es una formación rocosa con presencia de pajonales y especies propias de la zona, en este sitio se desarrollan leyendas de las mismas que son contadas por personas adultas, se puede apreciar sin dificultad el avistamiento de aves como palomas de paramo, halcones y gavilanes.

Tabla 4

Cascada Diablo Tútsu

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Cascada Diablo Tútsu	Atractivo natural	Rio	Cascada	1



Provincia	Cantón	Parroquia	latitud	Longitud	altitud
Bolívar	Guaranda	Guanujo	732880	9834468	3750m.s.n.m

Nota: La presente información ha sido elaborada con base a los datos recolectados en campo, las coordenadas geográficas y la jerarquización del atractivo se han definido de acuerdos a los lineamientos técnicos del Ministerio de Turismo (MINTUR).

Descripción del atractivo

La Cascada Diablo Tútsu cantante, es un atractivo natural que tiene la caída de agua de los deshielos del nevado Chimborazo, además la caída de agua tiene la forma de un plato, en la que se desarrollan baños de rituales y ceremoniales por parte de la comunidad, así mismo tiene una leyenda en la que dice; donde cae el agua se encontró al mismo diablo tomándose un baño para refrescarse.

Tabla 5

Cascada de Oro

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Cascada de Oro	Atractivo natural	Rio	Cascada	1



Provincia	Cantón	Parroquia	latitud	Longitud	altitud
Bolívar	Guaranda	Guanujo	732242	9834052	3582m.s.n.m

Nota: La presente información ha sido realizada en base a los datos recolectados en campo, las coordenadas geográficas y la jerarquización del atractivo se han definido de acuerdos a los lineamientos técnicos del Ministerio de Turismo (MINTUR).

Descripción del atractivo

La Cascada de Oro, es un atractivo natural que tiene la caída de agua de los deshielos del nevado Chimborazo, además este atractivo tiene una leyenda muy importante de la comunidad, se dice que el flujo de agua era muy grande y fuerte en aquellos tiempos, por lo que en la cúspide de la cascada se encontraba oro, también se puede observar águilas, gavilanes y halcones con facilidad y también animales domésticos como vacas, borregos, burros, caballos, entre otros.

Tabla 6

Mirador del Curiquingue

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Mirador del Curiquingue	Atractivo natural	Montaña	Montaña baja	1



Provincia	Cantón	Parroquia	latitud	Longitud	altitud
Bolívar	Guaranda	Guanujo	727672	9833149	3314m.s.n.m

Nota: La presente información ha sido elaborada con base a los datos recolectados en campo, las coordenadas geográficas y la jerarquización del atractivo se han definido de acuerdos a los lineamientos técnicos del Ministerio de Turismo (MINTUR).

Descripción del atractivo

El Mirador Curiquingue, es un atractivo natural ubicado en las colinas de la comunidad Larcaloma se rige como un punto estratégico para la contemplación del paisaje rural y natural de la zona, permite observar amplios panoramas del valle, las montañas, el páramo, los campos de cultivos y los bosques nativos de pino que caracteriza la zona.

Tabla 7

Cascada Curinque Guachana.

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Cascada Curinque Guachana	Atractivo natural	Ríos	Cascada	1



Provincia	Cantón	Parroquia	latitud	Longitud	altitud
Bolívar	Guaranda	Guanujo	730551	9831078	3326m.s.n.m

Nota: La presente información ha sido elaborada con base a los datos recolectados en campo, las coordenadas geográficas y la jerarquización del atractivo se han definido de acuerdos a los lineamientos técnicos del Ministerio de Turismo (MINTUR).

Descripción del atractivo

La Cascada Curinque Guachana es un atractivo natural que tiene la caída de agua de los ríos de los deshielos del nevado Chimborazo, además la caída de agua tiene la forma de un plato, en la que se desarrollan baños de rituales y ceremoniales por parte de la comunidad.

Tabla 8

Cascada Ishpingo

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Cascada Ishpingo	Atractivo natural	Ríos	Cascada	1



Provincia	Cantón	Parroquia	latitud	Longitud	altitud
Bolívar	Guaranda	Guanujo	728599	9832582	3091m.s.n.m

Nota: La presente información ha sido elaborada con base a los datos recolectados en campo, las coordenadas geográficas y la jerarquización del atractivo se han definido de acuerdos a los lineamientos técnicos del Ministerio de Turismo (MINTUR).

Descripción del atractivo

La Cascada Ishpingo es un atractivo natural que tiene la caída de agua de los ríos de los deshielos del nevado Chimborazo, además tiene una caída suave de agua tiene la forma de una laguna en la que se desarrollan baños de rituales y ceremoniales por parte de la comunidad, además acuden ahí después de un sepelio de un familiar a bañarse y desahogarse.

Tabla 9

Horno de los Incas

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Horno de los Incas	Atractivo cultural	Arquitectura	Sitios arqueológicos	1



Provincia	Cantón	Parroquia	latitud	Longitud	altitud
Bolívar	Guaranda	Guanujo	731714	9834102	3475m.s.n.m

Nota: La presente información ha sido realizada en base a los datos recolectados en campo, las coordenadas geográficas y la jerarquización del atractivo se han definido de acuerdos a los lineamientos técnicos del Ministerio de Turismo (MINTUR).

Descripción del atractivo

El Horno de los Incas es un atractivo cultural para la comunidad, en la que se encuentra restos del horno donde se obtenía el cal a base de la fundición de piedra pómez, cuyas minas se encuentran cerca del entorno, además de eso se dice que en tiempos antiguos mucha gente de la comunidad se acercaba a este horno para obtener cal por medio de la fundición, se dice también que el horno se construyó a base de piedra tallada como las arquitecturas incas, ya que se puede observar a los animales domésticos representativos de la zona.

Tabla 10

Resumen de los atractivos de las comunidades de la zona alta de Guanujo.

N°	Nombre del atractivo	Comunidad	Categoría	Tipo	Subtipo	Latitud	Longitud	Altitud	Jerarquía
1	Bosque Vanasacha	Quindigua	Manifestaciones naturales	Bosques	Páramo	733475	9835033	3998	I
2	Cascada Gallo Cantante	Quindigua	Manifestaciones naturales	Ríos	Cascada	733460	9835166	3958	I
3	Cerro Gallorrumi	Quindigua	Manifestaciones naturales	Montañas	Media montaña	733361	9835218	3959	I
4	Cascada Diablo Tútsu	Quindigua	Manifestaciones naturales	Ríos	Cascada	732880	9834468	3750	I
5	Cascada de Oro	Quindigua	Manifestaciones naturales	Ríos	Cascada	732242	9834052	3582	I
6	Mirador Curiquingue	Larcaloma	Manifestaciones naturales	Montañas	Montaña baja	727672	9833149	3314	I
7	Cascada Curiquingue Guachana	Pachakutik	Manifestaciones naturales	Ríos	Cascada	730551	9831078	3326	I
8	Cascada Ishpingo	Illangama	Manifestaciones naturales	Ríos	Cascada	728599	9832582	3091	I
9	Horno los Incas	Quindigua	Manifestaciones Culturales	arquitectura	Sitios	721714	98344102	3475	I

Nota: El presente cuadro detalla información de los atractivos naturales y culturales de las comunidades de la zona alta de Guanujo, que fueron sistematizados a partir de datos geográficos que fueron obtenidos en el campo, las coordenadas han sido utilizadas para referenciar la ubicación de cada uno de los atractivos.

Análisis

En las comunidades de la zona alta de Guanujo se presentan 8 atractivos naturales y 1 cultural, todos estos atractivos están ubicados a altitudes superiores a los 3500 msnm, en un ecosistema paramo andino caracterizado por su diversidad en flora como pinos introducidos, chuquiraguas, paja de paramo, polylepis o árbol de papel, y en la fauna como el ave principal curiquingue, colibríes andinos, zorros de paramo y conejos silvestres, cabe mencionar que la mayor parte de los atractivos tiene como resultados jerarquía 1, ya que su promoción y difusión es solo a nivel local, aun así, estos atractivos presentan una gran oportunidad para el desarrollo y el potencial turístico de la localidad , a su vez en aquellas comunidades se evidencian una riqueza expresada en dos dimensiones, lo simbólico y lo tangible, por un lado las leyendas, fiestas vestimenta, y tradiciones revelan la cosmovisión andina y su relación con lo sagrado mientras que por otro lado, el oficio de los hieleros constituyen una herencia material transmitida de generación en generación marcando por su esfuerzo y resiliencia, en este sentido tanto los recursos naturales como las manifestaciones culturales reflejan la identidad de las comunidades consolidándose como un legado, además de preservar la historia abre oportunidades para fortalecer el turismo comunitario y sostenible.

4.1.2. Segundo Instrumento. Entrevista

En este contexto se interpretan los resultados de entrevista a los principales autores, propietarios de los establecimientos, para que el turista tenga los tres conectores, ¿el dónde dormir, ¿el dónde comer y el que hacer?, y que con esto depositen sus opiniones de acuerdo a sus experiencias y sugerencias de mejora para la zona como tal.

Tabla 11

Alojamiento, Alimentación e Intermediación

Nombre del establecimiento	Chimborazo Rey		
Ubicación	**Dirección**	Av. panamericana Norte, km 29 Via Ambato, Cruz del Arenal	
	Coordenadas	X : -1.43771	Y :-78.92040
Contacto telefónico	0968596592		
Capacidad turística (alojamiento, alimentos y bebidas, intermediación turística, parque de atracciones		Alojamiento, Alimentación turística	Intermediación
En el atractivo			
En zona alta de Guanujo	x	**Chimborazo**	
Número de Habitaciones	15	**Número de Mesas**	70
Detalles	**Valor**	**Detalles**	**Valor**
Habitación por pax	$35	**Desayunos - Breakfasts**	
Habitación matrimonial	$35	Continental	$3,50
Familiar	$35	Tradicional	$4,00
Grupal	$35	Chimborazo Rey	$5,00
		Desayunos Saludable	$4,00
		Almuerzos - Lunches	
		Almuerzo tres tiempos	$4,00
		Second Course **(Segundo plato)**	$4,00
		Pescado - Fish	
		Trut in Almonds **(Trucha en Almendras)**	$9,00
		Trout on The Stone **(Trucha a la Piedra Flameado)**	$9,50

Fried Trout (Trucha Frita)	$8,00
Camarones -Shrimp	
Breaded Shrimp **(Camarón Apanado)**	$8,00
Garlic Shrimp **(Camarón al Ajillo)**	$8,50
Shrimp on the Stone **(Camarones a la pierda Flameado)**	$8,50
Carnes -Meats	
Red Wine Loin **(Lomo al vino tinto)**	$10
Grilled Loin **(Lomo a la plancha)**	$9,00
Filete Mignon **(Filete Miñon)**	$10
Loin to the Stone **(Lomo a la piedra Flameado)**	$12
Pepper Steak **(Lomo a la Pimiente)**	$10,50
Cerdos -Pork	
Barbequa Cutlet **(Chuleta a la Barbequa)**	$8,00
Grilled Cutlet **(Chuleta a la Plancha)**	$7,00
Barbequa Ribs **(Costillas Barbequa)**	$9,00
Varios- Several	
Sausage and cheese Boards **(Tablitas de embutidos y Quesos)**	$6,00
Sandwich de Jamon y Queso y Legumbres	$2,50
Salchi Papa	$2,00
Burgers **(Hamburguesas)**	$3,50
Toast **(Tostadas)**	$1,50
Red Wine **(Vino tinto)**	$3,00
White Whine **(Vino Blanco)**	$4,00
Platos Tradicionales-Tradicional dishes	
Chicken Soup **(Caldo de Gallina)**	$6,00
Dry Goat **(Seco de Chivo)**	$6,50
Fry **(Fritada)**	$6,00
Tortilla de Trigo	$1,00
Coffe Shop-Cafeteria	
Shot de pájaro azul	$1,00
Shot de pájaro azul flameado	$2,00

	Te de churquirahua	$1,25
	Brawlin con helado	$3,00
	Copa de helado	$1,75
	Te de coca	$1,50
	Extras	
	Bleeding **(Sangria)**	$6,00
	Beer **(Cerveza)**	$2,00
	Red Black Blonde Craft Beer **(Cerveza artesanal rubia Negra Roja)**	$3,50

Número de plazas (capacidad de carga del establecimiento)

Agencia de viajes	**Mayorista**	**Operadoras**	
Guía	**Local**	**Nacional**	**Especializado**
Alquiler y venta de equipo especializado		**Venta de artesanías y merchandising**	x
Casa de cambio		**Cajero automático**	Efectivo, transferencias

Problemas turísticos identificados

El establecimiento Chimborazo Rey, ubicado en la cruz del Arenal, se presenta como un destino turístico integral en la zona alta de Guanujo, ofreciendo una amplia gama de servicios que abarcan alojamiento, alimentación y actividades recreativas, que lo convierte en una opción atractiva para diferentes tipos de visitantes. Con 15 habitaciones y 70 mesas para el servicio de alimentos, su capacidad permite atender a grupos grandes, lo que es ideal para familias y excursionistas. Cuenta con precios asequibles, desde $35 por noche, esto indica un mercado estable y competitivo en la región. Su oferta gastronómica es diversa con opciones desde $1.50 hasta platos más elaborados de $12 esto garantiza comodidad para el turista con precios ajustados o para gourmet. Se destaca el caldo de gallina criolla como también seco de chivo entre otros. También hay que destacar que cuentan con bebidas como las cervezas artesanales vinos, para complementar la experiencia culinaria. Y de importante también cuentan con intermediación y operación para realizar actividades acordes a gustos del turista. El grafico indico no destacar problemas

relacionados con el turismo, pero si es de importancia que el establecimiento este preparado para enfrentar cualquier desafío.

Tabla 12
Alojamiento, Alimentación.

Nombre del establecimiento	Cooperativa de Servicios Chimborazo		
Ubicación	**Dirección**	Arenal, primer refugio del nevado Chimborazo	
	Coordenadas	X (7…):739658 Y (9..): 9836798	
Contacto telefónico	0959113387		
Capacidad turística (alojamiento, alimentos y bebidas, intermediación turística, parque de atracciones		Alojamiento, Alimentos y bebidas	
En el atractivo			
En zona alta de Guanujo		**Chimborazo**	x
Número de Habitaciones	2	**Número de Mesas**	6
Detalles	**Valor**	**Detalles**	**Valor**
Literas 17 (34 personas)	$ 40 pax	Desayunos continentales, Cena, Aguas calientes	Incluido
Número de plazas (capacidad de carga del establecimiento)			
Agencia de viajes	**Mayorista**	**Operadoras**	
Guía	**Local**	**Nacional**	**Especializado**
Alquiler y venta de equipo especializado		**Venta de artesanías y merchandising**	
Casa de cambio		**Cajero automático**	Efectivo
Problemas turísticos identificados			
Accesibilidad en mal estado y contaminación en sus alrededores por población cercana.			

Tabla 13

Tienda de artesanías Handicrasft shop

Nombre del establecimiento	Tienda de artesanías Handicrasft shop		
Ubicación	**Dirección**	Arenal, Refugio Producción de Fauna Chimborazo	
	Coordenadas	X: -1.49419 Y: -78.87250	
Contacto telefónico			
Capacidad turística (alojamiento, alimentos y bebidas, intermediación turística, parque de atracciones		Venta de Artesanías (30 pax)	
En el atractivo			
En zona alta de Guanujo		**Chimborazo**	X
Número de Habitaciones		**Lista de precios**	
Detalles	**Valor**	**Detalles**	**Valor**
		Prendas hechas en lana de borrego	
		Bufanda	$6,00
		Guantes	$6,00
		Gorra	$6,00
		Pasamontaña	$6,00
		Gorra Chavo	$6,00
		Guante pequeño	$4,00
		Poncho	$30,00
		Chalina	$30,00
		Sueter	$35,00
		Shigra	$10,00
		Prendas Hechas en Fibra de Alpaca	

			Bufanda		$12,00
			Guantes		$10,00
			Gorra		$10,00
			Gorra Chavo		$10,00
			Guante pequeño		$6,00
			Poncho		$45,00
			Suéter		$45,00
			Chalina		$40,00
			Diadema		$4,50
			Pulsera		$4,50
			Llavero		$4,50
Número de plazas (capacidad de carga del establecimiento)				50	
Agencia de viajes	**Mayorista**			**Operadoras**	
Guía	**Local**	X	**Nacional**	**Especializado**	
Alquiler y venta de equipo especializado			**Venta de artesanías y merchandising**		
Casa de cambio			**Cajero automático**		Efectivo
Problemas turísticos identificados: Accesibilidad					

Tabla 14

Ficha Resumen de entrevista, establecimientos turísticos

Provincia/ Cantón /Parroquia	Nombre del Establecimiento	Dirección	Contacto	Coordenadas	Actividad	Clasificación	Categoría	NH/ NM	Precios	Fotografía
Bolívar-Guaranda-Guanujo	Chimborazo Rey Arbn	Av. panamericana Norte, km 29 Via Ambato, Cruz del Arenal	0968596592	Lat: -1.437266030 4516387 Long: -78.91885673 24525	Alojamiento	Inmuebles Habitacionales	Categoría Única	15	$35 pax	
	Chimborazo Rey Group S.A.S	Av. panamericana Norte, km 29 Via Ambato, Cruz del Arenal	0968596592	Lat: -1.437720246 591742 Long: -78.92855847 619234	Alimentos, Bebidas Y Entretenimiento	Restaurante	(2) Dos tenedores	70	$1,50-$12	
	Chimborazo Rey Group	Av. panamericana Norte, km 29 Via Ambato, Cruz del Arenal	0968596592	Lat: -1.437684802 5116815 Long: -78.92045974 731445	Agenciamiento Turístico	Agencia Operadora De Turismo	Categoría Única			

	Cooperativa de Servicios Chimborazo	Arenal, primer refugio del nevado Chimborazo	0959113387	Lat: 1.474334892 1001291, Long: -78.84571524 324248	Alojamiento, Alimentos y bebidas	N/R	N7R	34	$40 Todo incluido	
	Tienda de artesanías Handicrasft shop	Arenal, Reserva producción de Fauna Chimborazo	S/N	Lat: -1.497780367 6536956, Long: -78.87491491 86624	Venta de Artesanías	N/R	N/R	30	$6-$45	

Nota: Datos tomados del Catastro de Establecimientos Nacionales registrados (2025).

Discusión Objetivo 1

Para dar como constancia los resultados de la tabla de resumen de los atractivos naturales y culturales, parte del estudio de campo, se llevó a cabo el levantamiento de información de los atractivos naturales y culturales de las zonas altas de la parroquia Guanujo, así como la investigación realizada por Yánez, (2023). Elaboro un plan de desarrollo turístico para la parroquia Toacaso, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, en su investigación identifico la presencia de atractivos naturales y culturales, también la infraestructura y accesibilidad, en la cual aplico una metodología del Plan de Desarrollo Turístico (PLANDETUR 2030) desarrollando una matriz FODA y proponiendo programas para la mejorar la calidad del destino y fomentar la inversión turística en la localidad.

Así mismo teniendo en concordancia con la investigación realizada por Campoverde et al., (2022). En la parroquia San Fernando en la provincia de Azuay nos menciona que en su investigación incluyó un diagnóstico territorial, análisis de oferta y demanda y también la formulación de planes turísticos en el cantón, en ellas destaco la necesidad de realizar estrategias para aprovechar los recursos naturales y culturales que existen en su territorio.

En la planta turística, el establecimiento Chimborazo Rey, ubicado en la Cruz del Arenal, se presenta como un destino turístico integral que ofrece una combinación atractiva de alojamiento, alimentación y actividades recreativas. Esta propuesta es comparable a la investigación realizada por Baker y Hsu (2017), quienes analizaron el impacto de la oferta de servicios en la satisfacción del cliente en establecimientos turísticos en Taiwán. Dentro del estudio, los autores descubrieron que la variedad de servicios ofrecidos, como la gastronomía y las actividades de ocio, es crucial para atraer a diferentes grupos turísticos y mejorar su experiencia general. Y aquí se destaca a Chimborazo Rey, ya que ofrece un variado menú con precios asequibles.

Khan et al., (2020) resaltan la importancia cultural de la autenticidad para las experiencias culinarias de los turistas. Según su estudio, los establecimientos que integran elementos culturales en su oferta no solo atraen a turistas que buscan experiencias auténticas, sino que también fomentan un sentido de pertenencia y conexión con la comunidad local. Es crucial conectar con el presente proyecto donde ingresa para el éxito de Chimborazo Rey, ya que su enfoque en la autenticidad cultural puede ser un diferenciador clave en un mercado turístico competitivo.

4.2. Identificación de segmentos y preferencias de la demanda mediante investigación de mercado.

Como parte del análisis cuantitativo, para dar el cumplimiento del segundo objetivo, donde se identifica la segmentación y preferencias de la demanda, se realizó una encuesta física a 384 turistas nacionales y extranjeros de todo tipo de edad, genero, nivel de educación, en el nevado Chimborazo, como mercado más cercano a la zona alta de la parroquia Guanujo, donde se analizó las motivaciones y preferencias de cada turista encuestado. Se obtuvieron los siguientes resultados:

Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros

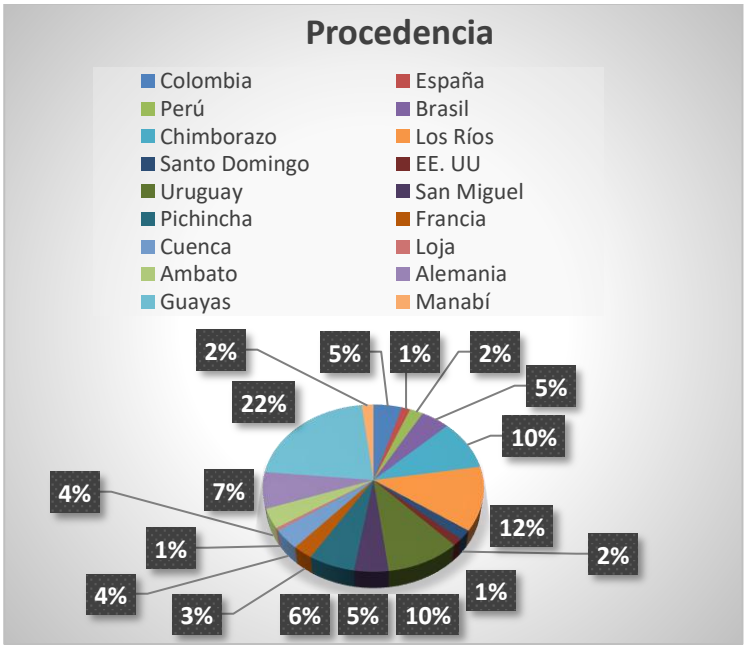
Tabla 15

Lugar de procedencia

Procedencia	Variables	Porcentajes
Colombia	17	4,43%
España	5	1,30%
Perú	8	2,08%
Brasil	17	4,43%
Chimborazo	36	9,38%
Los Ríos	46	11,98%
Santo Domingo	7	1,82%
EE. UU	5	1,30%
Uruguay	37	9,64%
San Miguel	17	4,43%
Pichincha	23	5,99%
Francia	10	2,60%
Cuenca	14	3,65%
Loja	2	0,52%
Ambato	14	3,65%
Alemania	26	6,77%
Guayas	80	20,83%
Manabí	7	1,82%
Total	384	100%

Gráfico 1

Lugar de procedencia



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la encuesta ,se estudió al turista potencial para la diversificación y consolidación de la zona alta de Guanujo, donde se llevaron a cabo encuestas aplicadas en el nevado Chimborazo como mercado más cercano, y esto resultó, que las provincias del Guayas y Los Ríos con un 21% y 12% a nivel nacional y por el lado internacional Uruguay (10 %), Chimborazo con un 9%, Alemania (7%), Pichincha (6%), Brasil, Colombia, Cuenca, Ambato y San Miguel de Bolívar con (4%), Macas y Francia (3%), con el 2% Perú, Manabí y Santo Domingo, y quedando con el 1%, España, EE. UU y Loja; de acuerdo a esto, son el mercado turista con más frecuencia, este criterio indica que es necesario promover la visitación de los mercados de mayor índice de turismo emisor nacional, siendo estos Guayas, Los Ríos y ciudades cercanas como San Miguel de Bolívar, Guaranda, Riobamba, Ambato. Este hallazgo subraya la importancia de centrar los esfuerzos de promoción turística en estos mercados emisores nacionales, Al identificar y dirigirse a estos segmentos de m0ercado con estrategias específicas, se puede facilitar la diversificación y consolidación del turismo en la zona alta de Guanujo, maximizando así el potencial turístico de la región y fomentando un mayor flujo de visitantes.

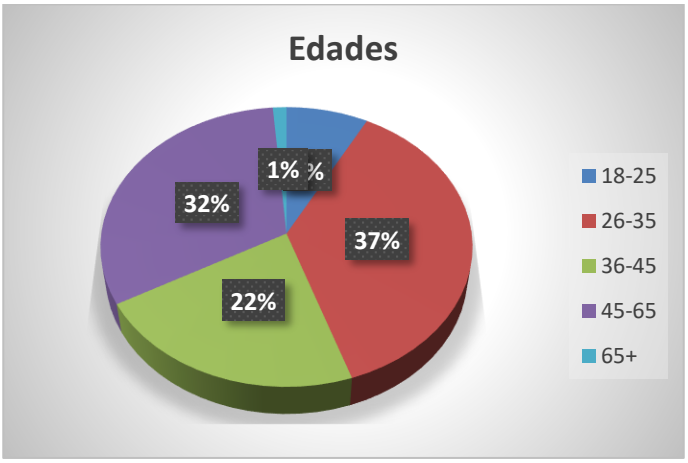
Tabla 16

Rango de Edad

Edad	Variable	Porcentaje
18-25	30	7,81%
26-35	142	36,98%
36-45	85	22,14%
45-65	122	31,77%
65+	5	1,30%
Total	384	100%

Gráfico 2

Rango de Edad



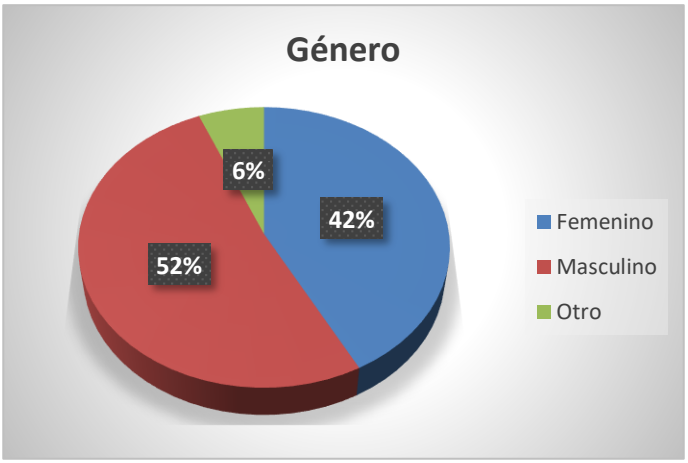
Fuente: Elaboración propia

Con el estudio se ha determinado la edad adulta-joven y media de turistas con intenciones de visitar la zona alta de Guanujo, se comprende de entre los 26 a 35 años con un 37% de encuestas de preferencia seguido, del 32% que comprende los 45 a 65 años, mayores porcentajes que indican que las personas que hacen más turismo en la zona son mayores de edad y son independientes económicamente. De acuerdo con el estudio de (Chisaguano & Muñoz, 2024) se asemeja con su encuesta realizada en la edad que los turistas que visitan Mulalillo en un 33,3% están entre las edades 25 y 35 años, un 32,7% están en edades entre 35 y 45 años, un 19,7% entre 15 y 25 años y finalmente un 14,3% en edades de entre 45 a 50 años, de acuerdo a estos datos cerca del 90% visitantes son personas mayores de edad que en general viajan con familias y con amigos siendo establemente independientes.

Tabla 17
Genero

Genero	Variable	Porcentaje
Femenino	162	42,19%
Masculino	198	51,56%
Otro	24	6,25%
Total	384	100%

Gráfico 3
Genero



Fuente: Elaboración propia

Con respecto al género del turista potencial, se ha determinado que hay una percepción superior al género masculino con un 52% que dedican tiempo hacer turismo, pero también el género femenino es seguido con un 42%, mientras que otro no dedica mucho al turismo (24%). Es por ello que se toma en cuenta la investigación de (Chisaguano & Muñoz, 2024) relacionándose en la encuesta de género, y se tiene relación con el estudio presente, donde de acuerdo con los datos obtenidos de la aplicación de la encuesta, como respuesta a la pregunta el turista que visita Mulalillo son hombres en un 51% y mujeres en un 49%, lo cual da la perspectiva de que la creación de estrategias puede ir enfocado a los dos géneros.

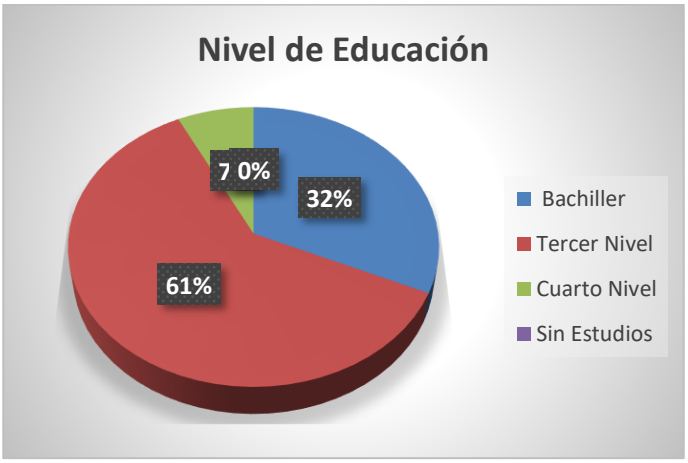
Tabla 18

Nivel de Educación

Nivel	Variable	Porcentaje
Bachiller	122	31,77%
Tercer Nivel	234	60,94%
Cuarto Nivel	28	7,29%
Sin Estudios	0	0,00%
Total	384	100%

Gráfico 4

Nivel de educación



Fuente: Elaboración propia

El análisis de los datos revela que el 61% de los potenciales turistas en la zona alta de Guanujo se encuentra en un nivel educativo entre el tercer y cuarto nivel, lo que indica que este grupo este compuesto principalmente por individuos con una formación académica sólida. Características que corresponden al grupo de edad de 26 a 35 años, donde muestra un gran interés en nuevas experiencias y destinos turísticos. Además, el hecho de que el 62 % de estos turistas potenciales sean empleados del sector privado, seguidos por empleados del sector público, sugiere

que cuentan con ingresos que les permiten viajar y realizar actividades turísticas.

Por lo tanto, es fundamental que las estrategias de marketing turístico se centren en este grupo poblacional y destaquen las características únicas y atractivas de la Sierra de Guanujo. Las campañas publicitarias dirigidas a este grupo pueden maximizar la eficacia de las iniciativas turísticas y aumentar el interés en la región, así como la motivación para viajar. La correlación entre el nivel educativo, la ocupación y el interés por el turismo sugiere que una comunicación eficaz y atractiva puede captar la atención de estos turistas potenciales y, por lo tanto, contribuir al desarrollo turístico sostenible de la región.

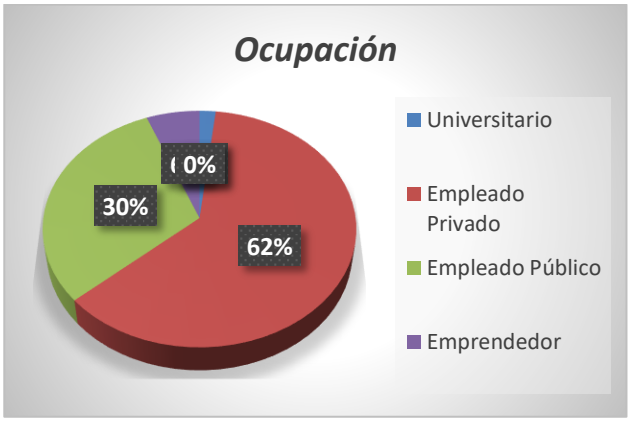
Tabla 19

Ocupación principal

Ocupación	Variable	Porcentaje
Universitario	7	1,82%
Empleado Privado	237	61,72%
Empleado Público	117	30,47%
Emprendedor	23	5,99%
Sin Empleo	0	0%
Total	384	100%

Gráfico 5

Ocupación



Fuente: Elaboración propia

La distribución de la ocupación entre los turistas encuestados en la zona alta de Guanujo revela una clara predominancia de los empleados privados, que constituyen el 61,72% del total, lo que sugiere que este grupo tiene una capacidad económica significativa para realizar viajes y disfrutar de actividades turísticas. El 30,47% de los encuestado son empleados públicos lo que indica estabilidad laboral e ingreso que permiten participar en el turismo, los estudiantes representan el 1,82% grupo con menos frecuencia en turismo por factor económicos con el 5,99% emprendedores. Esta composición sugiere que las estrategias de marketing y desarrollo turístico en la región deberían enfocarse en estos grupos laborales estables, destacando la oferta de experiencias que se alineen con sus intereses y posibilidades económicas.

Tabla 20

¿Ha visitado la zona alta de Guanujo?

Variable	Visitas	Porcentaje
Si	25	6,51%
No	359	93,49%
Total	384	100%

Gráfico 6

Conoce Guanujo



Fuente: Elaboración propia

En esta encuesta el mercado potencial cercano a la zona alta de Guanujo, no conoce la zona (93%) y un 7% conoce la zona, por ello es necesario que este lugar sea promocionado, para una mayor información turista, ya que, de acuerdo a sus respuestas mencionan que si estarían

interesados en visitar la zona alta de Guanujo, con preferencias de conocer sus paisajes y a la vez culturas y tradiciones.

Esto resalta la necesidad urgente de implementar estrategias de promoción efectivas. A pesar de esta falta de familiaridad, los encuestados han expresado un interés significativo en visitar la zona, con una clara preferencia por conocer sus paisajes, culturas y tradiciones. Este interés sugiere que, al proporcionar información adecuada y atractiva sobre la oferta turística de Guanujo, se puede incentivar la visita de estos turistas potenciales. Por lo tanto, es fundamental desarrollar campañas de marketing que destaquen las características únicas de la zona, promoviendo así un mayor flujo de visitantes y contribuyendo al desarrollo turístico sostenible de la región.

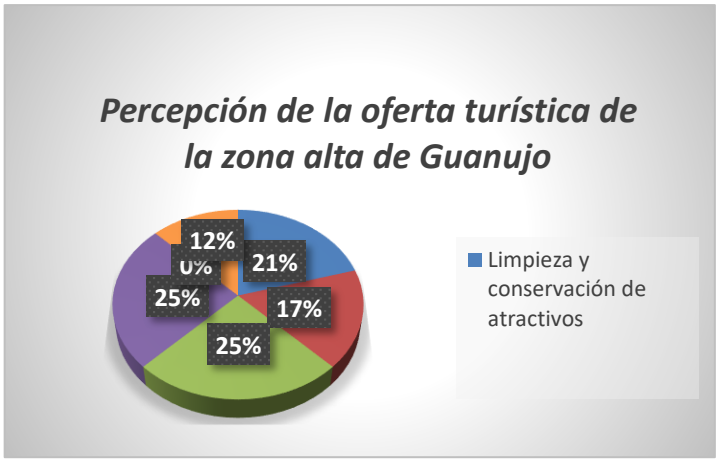
Tabla 21

Percepción de la oferta turística de la zona alta de Guanujo

Evaluación de 1 (muy deficiente) a 5 (excelente)						
Criterio	**1 muy deficiente**	**2 deficiente**	**3 regular**	**4 bueno**	**5 excelente**	**Porcentaje**
Limpieza y conservación de atractivos				79		20,57%
Señalización y accesibilidad			65			16,93%
Seguridad para el turista					96	25,00%
Atención y hospitalidad local					96	25,00%
Calidad de servicios turísticos (alojamiento, alimentos y bebidas, guianza)						0,00%
Promoción e información disponible			48			12,50%
Total					384	100%

Gráfico 7

Percepción de la oferta turísticas de la zona Guanujo



Fuente: Elaboración propia

La evaluación de los servicios turísticos en la zona alta de Guanujo revela una mezcla de fortalezas y áreas que requieren atención. Aunque el 21% de los encuestados calificó la limpieza y el mantenimiento de los atractivos turísticos como "buenos", aún hay margen de mejora en la conservación de la naturaleza. Y es crucial, ya que la belleza del paisaje es uno de los principales atractivos para los turistas.

En cuanto a la señalización y la accesibilidad, el 17 % de los usuarios la califica como "adecuada". Esta evaluación sugiere que muchos visitantes pueden tener dificultades para orientarse y llegar a las atracciones, lo que podría afectar negativamente su experiencia general.

La seguir dad destaca positivamente: el 25% de los encuestados calificó este criterio como "excelente". Esto es alentador, ya que la sensación de seguridad es fundamental para atraer más turistas y promover el turismo sostenible en la región. La hospitalidad y la atención de los lugareños también recibieron una calificación similar, lo que indica que los visitantes valoran el contacto con la población local y aprecian la calidez del servicio.

La falta de calificaciones sobre la calidad de los servicios turísticos, incluyendo alojamiento, alimentación y guías turísticos, es sorprendente. El 0% de calificación sugiere que

muchos turistas no pudieron aprovechar estos servicios, posiblemente porque aún no han visitado la región del Alto Guanujo. Esta falta de conocimiento puede limitar la capacidad de los visitantes para evaluar la calidad de la oferta turística, lo que representa tanto un desafío como una oportunidad para los proveedores locales.

Finalmente, el 12% de los encuestados calificó la oferta publicitaria e informativa disponible como "suficiente". Esto sugiere que, si bien cierta información es accesible, no es suficiente para atraer a un mayor número de turistas. Mejorar la visibilidad de la zona alta de Guanujo mediante campañas de marketing efectivas y el uso de plataformas digitales podría ser clave para aumentar el interés y la familiaridad del público con el destino, contribuyendo así a un crecimiento sostenible del turismo en la región.

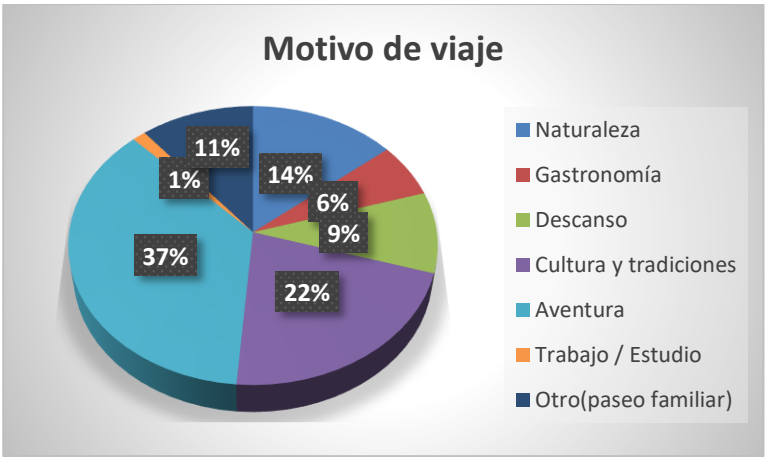
Tabla 22

Principal motivo de viaje turístico

Motivación	Preferencia	Porcentaje
Naturaleza	54	14,06%
Gastronomía	24	6,25%
Descanso	36	9,38%
Cultura y tradiciones	83	21,61%
Aventura	140	36,46%
Trabajo / Estudio	5	1,30%
Otro	42	10,94%
Total	384	100%

Gráfico 8

Motivo de viaje



Fuente: Elaboración propia

El motivo de viaje preferido por el público encuestado es de turismo relacionado con la aventura con un 37%, seguido de cultura y tradiciones de un 22%, Naturaleza (14%) 11% paseo familiar, 9% por descanso, 6% Gastronomía, mientras que el motivo de viaje menos llamativo es de trabajo u estudio con el 1% respectivamente, algo significativo para determinar actividades complementarias al turismo, que puede constituir en el futuro un motivo de viaje secundario para los visitantes.

Estos resultados se asemejan al estudio realizado por (Luna & Zumaeta, 2022) , donde se pueden observar la división de los encuestados en dos grupos de edad, el primero de 25 a 30 años y el segundo de 31 a 35 años. Y esto se concluye que en ambos grupos de edad existe una mayor preferencia por las actividades de aventura, con un 74% de preferencia por parte del primer grupo de edad y un 61% por parte del segundo. De igual manera, la segunda opción preferida es conocer las tradiciones y costumbres del destino, teniendo un porcentaje de preferencia del 21% en el caso de encuestados de 25 a 30 años y de un 34% en los encuestados de 31 a 35 años.

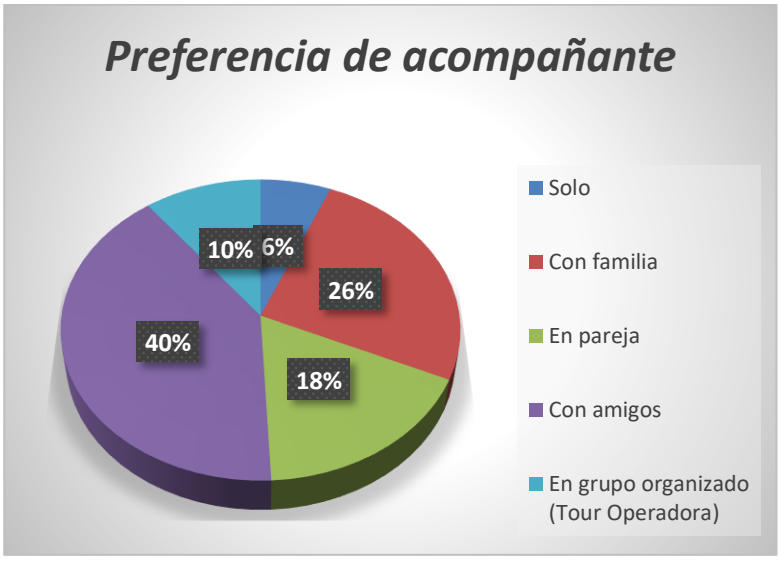
Tabla 23

Preferencia de acompañante

Turismo	Frecuencia	Porcentaje
Solo	24	6,25%
Con familia	98	25,52%
En pareja	67	17,45%
Con amigos	155	40,36%
En grupo organizado (Tour Operadora)	40	10,42%
Total	384	100%

Gráfico 9

Preferencia de acompañante



Fuente: Elaboración propia

Se sugiere que el viaje con amigos constituye una oportunidad evidente para el nevado Chimborazo, por lo tanto, esto permite que se conozca la provincia Bolívar acercándose a la zona alta de Guanujo, puesto esto que lidera con un 40%, pero también el viaje en familia es una oportunidad que destaca con el 26%,18% en parejas , el 10% grupo organizado y el 6% solo, donde esto indica que las actividades de turismo de aventura y culturas y tradiciones se adaptan bien para satisfacer este tipo de demanda.

Esta preferencia también es similar a los resultados de la investigación realizada por (Luna & Zumaeta, 2022) sobre comportamiento del viajero, en el cual concluyen que los turistas tienen

una preferencia de viajar con familia y amigos debido a que sienten una mayor satisfacción emocional debido a que se encuentran en grupos de confianza dónde pueden realizar actividades que mejoren la experiencia del viaje.

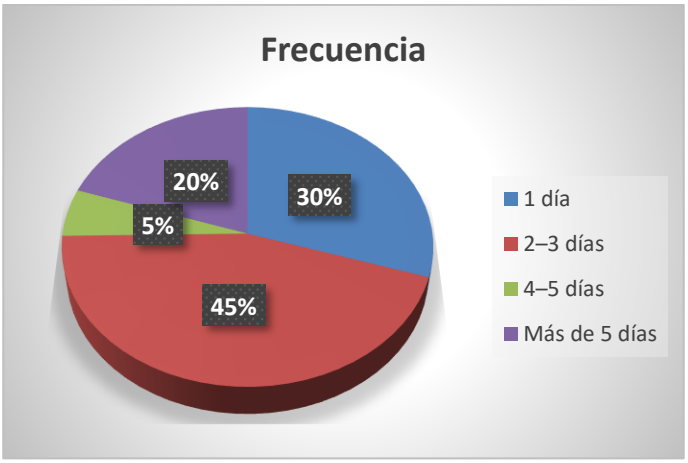
Tabla 24

¿Cuánto tiempo promedio dedica al viaje de turismo?

Días	Frecuencia	Porcentaje
1 día	115	29,95%
2–3 días	172	44,79%
4–5 días	21	5,47%
Más de 5 días	76	19,79%
Total	384	100%

Gráfico 10

Frecuencia



Fuente: Elaboración propia

La duración promedio de la estancia de los turistas potenciales en la Sierra de Guanujo es de dos a tres días. El 45% de los encuestados indicó esta preferencia, seguido del 30% (un día), el 20% (más de cinco días, especialmente turistas extranjeros) y el 5% (cuatro a cinco días). Estos hallazgos resultan determinantes para el diseño de estrategias turísticas en la zona, pues revelan un perfil de visitante que prioriza estancias breves pero intensas. Ante esta realidad, surge la necesidad imperativa de ajustar la oferta local a dichos tiempos. No se trata únicamente de diseñar rutas que toquen los puntos turísticos más conocidos, sino de estructurar una propuesta integral

que fusione el dinamismo de la aventura con la riqueza del patrimonio cultural y la gastronomía regional, garantizando una experiencia satisfactoria en un formato compacto. Los paquetes turísticos están diseñados para optimizar la experiencia de dos a tres días, garantizando la satisfacción del visitante y atrayendo así a un gran número de turistas. Además, una buena planificación puede incentivar a los visitantes y ampliar sus horizontes al permitirles conocer mejor el rico patrimonio cultural y natural de Guanujo, lo que puede tener un impacto positivo en la economía local.

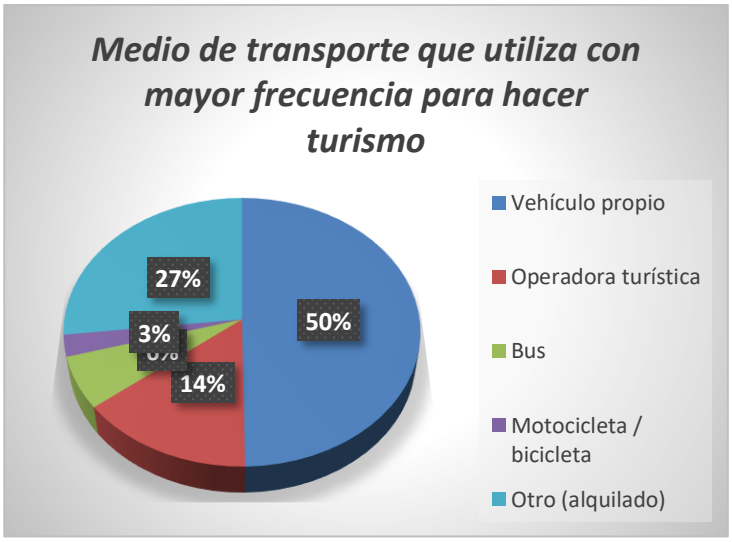
Tabla 25

Medio de transporte que utiliza con mayor frecuencia para hacer turismo

Transporte	Preferencia	Porcentaje
Vehículo propio	191	49,74%
Operadora turística	56	14,58%
Bus	24	6,25%
Motocicleta / bicicleta	10	2,60%
Otro (alquilado)	103	26,82%
Total	384	100%

Gráfico 11

Medio de transporte que utiliza con mayor frecuencia para hacer turismo



Fuente: Elaboración propia

El medio de transporte más utilizado para hacer turismo es el vehículo propio, respuestas

de un 50% de turistas potencial y también tomando una opción alquilada, especialmente turistas extranjeros con un 27%, el 14% utilizan los servicios de operadora turística el 6% bus y el 3% Motocicleta/ Bicicleta, y esto es una visión especialmente para los prestadores de servicios turísticos donde se acojan la opción para tener un adecuado estacionamiento para la comodidad y satisfacción del turista.

Este comportamiento en el flujo vehicular evidencia una clara inclinación hacia el transporte personalizado, donde la autonomía y el confort de los vehículos particulares o de alquiler son prioritarios para el turista. Para la gestión del destino, esto se traduce en un reto de infraestructura: no basta con tener atractivos de calidad si el acceso es deficiente. Por ello, optimizar la disponibilidad y ubicación de los aparcamientos es vital. Un sistema de estacionamiento seguro, bien señalizado y estratégicamente distribuido no solo facilita la movilidad, sino que eleva la percepción de hospitalidad, incentivando que el visitante recomiende el destino o decida regresar en el futuro.

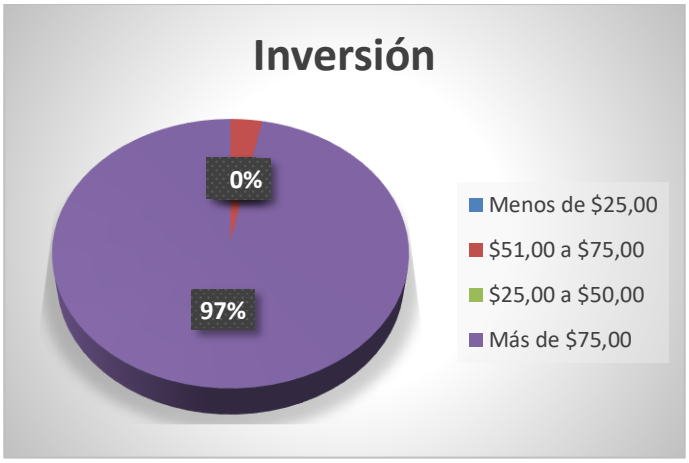
Tabla 26

¿Cuánto invierte aproximadamente en su viaje de turismo por día y por persona?

Presupuesto	Inversión	Porcentaje
Menos de $25,00	0	0,00%
$51,00 a $75,00	12	3,13%
$25,00 a $50,00	0	0,00%
Más de $75,00	372	96,88%
Total	384	100%

Gráfico 12

Inversión



Fuente: Elaboración propia

El análisis del segmento joven de turistas potenciales, que se encuentra en el rango de edad de 26 a 35 años, revela una disposición notable para invertir en sus experiencias de viaje, con un 97% de ellos dispuestos a gastar más de $75 diarios, y el 3% gasta $51 hasta $75. La estructura de gasto observada guarda una relación directa con el perfil profesional y académico de estos visitantes, quienes, al desempeñarse en el sector privado y poseer formación universitaria, cuentan con el poder adquisitivo para invertir en su tiempo de ocio. Para el sector hotelero y gastronómico de Chimborazo, esto valida que la oferta actual de precios está alineada con las expectativas de este segmento. En particular, la zona alta de Guanujo se perfila como un destino atractivo para el turismo de clase media, lo que abre una ventana para que el comercio local refine sus productos. No se trata solo de vender, sino de innovar mediante paquetes que integren la identidad cultural y natural con experiencias de alto valor percibido, como la gastronomía de origen o el turismo activo, logrando así optimizar el gasto promedio por visitante.

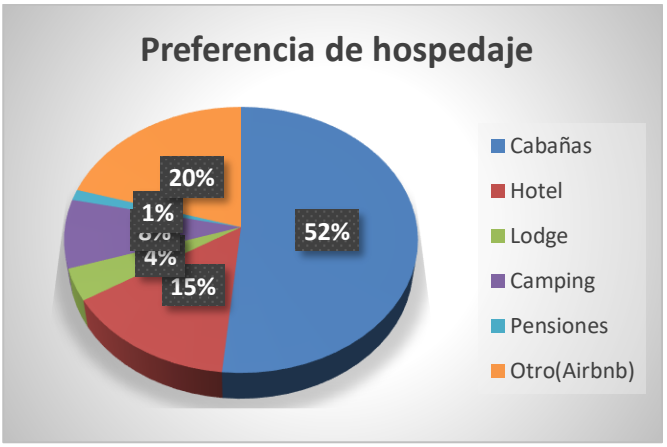
Tabla 27

¿En qué lugar prefiere hospedarse?

Alojamiento	Preferencia	Porcentaje
Cabañas	198	51,56%
Hotel	56	14,58%
Lodge	15	3,91%
Camping	32	8,33%
Pensiones	5	1,30%
Otro (Airbnb)	78	20,31%
Total	384	100%

Tabla 28

Preferencia de hospedaje



Fuente: Elaboración propia

La duración estimada de la visita del turista potencial en la zona alta de Guanujo, que se sitúa en un promedio de 2 a 3 días, con un 52% de los encuestados indican su preferencia por las cabañas, seguido de los Airbnb con un 20%, el hotel con un 15%, el camping con 8%, Lodge un 4%, quedando el 1% pensiones. Bajo esta perspectiva, se presenta una oportunidad coyuntural para expandir la oferta turística regional de manera eficiente. La clave reside en permitir que el visitante explore la diversidad del entorno en estancias breves, lo cual exige una planificación técnica rigurosa. Para optimizar la experiencia, es imperativo que tanto operadores como autoridades locales articulen itinerarios híbridos; por ejemplo, alternando el rigor de las visitas a sitios patrimoniales durante el día con la riqueza de la gastronomía local por la noche. Al integrar

actividades de bajo impacto ambiental, como el senderismo, se maximiza el aprovechamiento del tiempo del turista. No obstante, el éxito de esta estrategia depende de una logística impecable que minimice tiempos de espera, complementada con paquetes integrados que incentiven el consumo diverso a través de beneficios añadidos. En resumen, al enmarcar la oferta turística en torno a la duración promedio de 2 a 3 días, se puede garantizar que los visitantes aprovechen al máximo su estancia, lo que a su vez puede traducirse en un aumento de la satisfacción, recomendaciones positivas y un mayor potencial de retorno en el futuro.

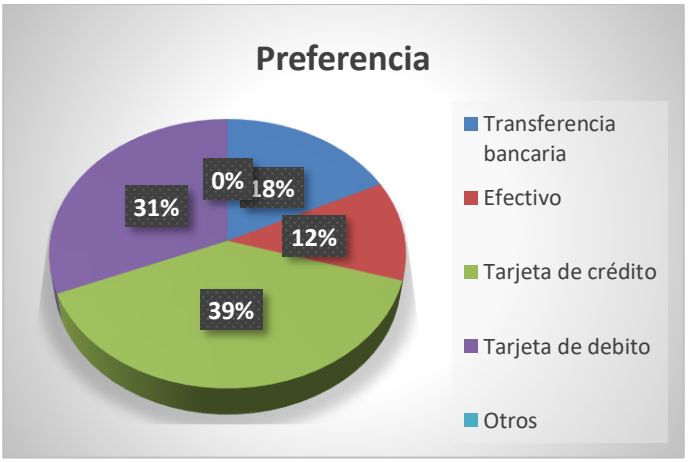
Tabla 29

¿Cuál es el medio de pago de su preferencia?

Medio de pago	Preferencia	Porcentaje
Transferencia bancaria	68	17,71%
Efectivo	46	11,98%
Tarjeta de crédito	150	39,06%
Tarjeta de debito	120	31,25%
Otros	0	0,00%
Total	384	100%

Gráfico 13

Preferencia



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la encuesta, la evolución de las modalidades tecnológicas ha transformado significativamente la forma en que los turistas gestionan sus pagos, convirtiendo las tarjetas de crédito y débito en herramientas esenciales para realizar turismo. El análisis de los métodos de pago revela una clara inclinación hacia la digitalización: un 39% de los encuestados opta por tarjetas de crédito, seguido de un 31% que prefiere el débito y un 18% que se decanta por transferencias. Estas cifras indican que el turista actual prioriza la seguridad y la inmediatez en sus transacciones. Para los establecimientos en la zona alta de Guanujo, esto representa un mandato de modernización. No se trata solo de una conveniencia logística, sino de una estrategia para mejorar la operatividad y la percepción de calidad. La implementación de terminales de punto de venta (POS) y plataformas de pago en línea es esencial para captar a este segmento que busca evitar el uso de efectivo, facilitando incluso el manejo de divisas para visitantes internacionales. Al facilitar una experiencia de pago sin fricciones, se puede fomentar un mayor gasto y, en consecuencia, un impacto positivo en la economía local, asegurando que los visitantes disfruten de su estancia sin preocupaciones relacionadas con las transacciones financieras.

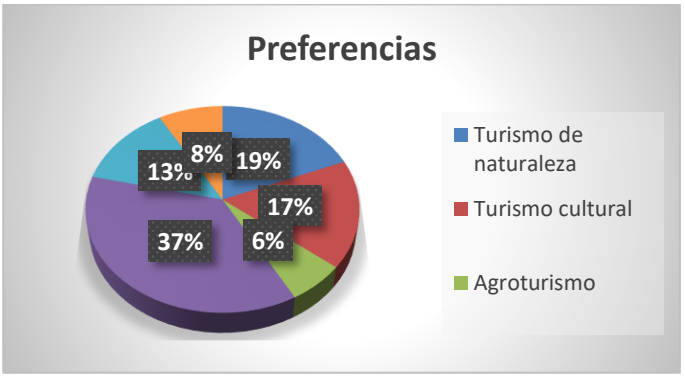
Tabla 30

Preferencia tipo de actividad turística por el potencial visitante

Experiencia	Preferencia	Porcentaje
Turismo de naturaleza	72	18,75%
Turismo cultural	65	16,93%
Agroturismo	24	6,25%
Turismo de aventura	141	36,72%
Turismo comunitario	50	13,02%
Turismo rural o de descanso	32	8,33%
Total	384	100%

Gráfico 14

Preferencia



Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que la mayoría de los encuestados prefieren viajar con su familia y amigos, se realizó un análisis sobre las actividades preferidas que tiene el encuestado con sus acompañantes y esto arrojo que la línea de producto favorito por el público encuestado es, el turismo de aventura con un 37%**,** el turismo de naturaleza le sigue con un 19% ,el turismo cultural con 17%, turismo comunitario 13%, turismo rural o de descanso 8%, y el 6% Agroturismo, criterios que se relacionan con el potencial turístico de la zona para ser realizados.

Relación que tiene con investigación realizada por (Luna & Zumaeta, 2022) donde sus resultados principales, se observa que las actividades de aventura son las más relevantes para ambos grupos, el 32% de las personas que van con familiares y el 39% de los encuestados que van con amigos prefieren realizar este tipo de actividad. Caso contrario sucede con la actividad de conocer las tradiciones del destino, el 24% de los jóvenes que viajan con su familia prefieren esta actividad, sin embargo, los encuestados que viajan con amigos no lo consideran relevante.

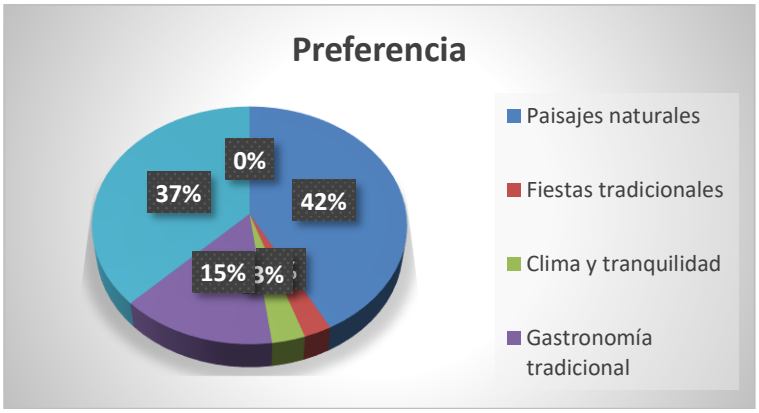
Tabla 31

¿Qué factores considera que más destacarían a la zona alta de Guanujo como destino turístico?

Factor	Preferencia	Porcentaje
Paisajes naturales	162	42,19%
Fiestas tradicionales	10	2,60%
Clima y tranquilidad	12	3,13%
Gastronomía tradicional	56	14,58%
Cultura y tradiciones vivas	144	37,50%
Otro	0	0,00%
Total	384	100%

Gráfico 15

Preferencia



Fuente: Elaboración propia

El análisis de los turistas potenciales cercanos a la zona alta de Guanujo, se encuentran interesados en conocer los paisajes naturales y a la vez sus culturas y tradiciones vivas con un 42% y 37%, seguido del 13% que desea conocer sus tradiciones y probar su gastronomía, y el 3% desea conocer clima y tranquilidad y sus fiestas tradiciones, donde esto indica que se debe tomar en cuenta mucho la promoción, la señalización y por supuesto, su viabilidad para tener una buena experiencia turística.

(Chisaguano & Muñoz, 2024) con su estudio en la parroquia Mulalillo Cotopaxi tienen una diferencia en un porcentaje mayor por el interés cultural, pero se acerca a esta investigación ya que

también ,muestran interés por las cultural Guanujeñas Bolivarenses, en la pregunta del estudio de Mulalillo, las personas encuestadas expresan la expectativa de visita, mostrando un gran interés en la línea cultural, de querer visitar y conocer las festividades de la parroquia y la Hacienda San Antonio cada uno con un 21,2% y un 20,5%,seguido por la iglesia con un 15,1%, y finalmente las Artesanías de material reciclado y el visitar la Huella fósil (pie de Cristo) cada una de ellas con un porcentaje bajo el 14,4% , seguido por el camino del inca, el mirador de san diego estos sitios y expresiones culturales deben ser intervenidos para incrementar su atractivo y por ende la potencialidad turística.

Mientras que para zona alta de la parroquia Guanujo, los turistas tienen un gran interés de conocer los paisajes naturales que contiene la zona alta de Guanujo un (42%), y por su parte un 37% de conocer sus cultura y tradiciones y gastronomía tradicional, donde conlleva que la zona alta de Guanujo se enfoque en estas líneas de turismo, para así atraer el interés y preferencia del potencial turístico a nivel nacional e internacional de la zona alta de la parroquia Guanujo.

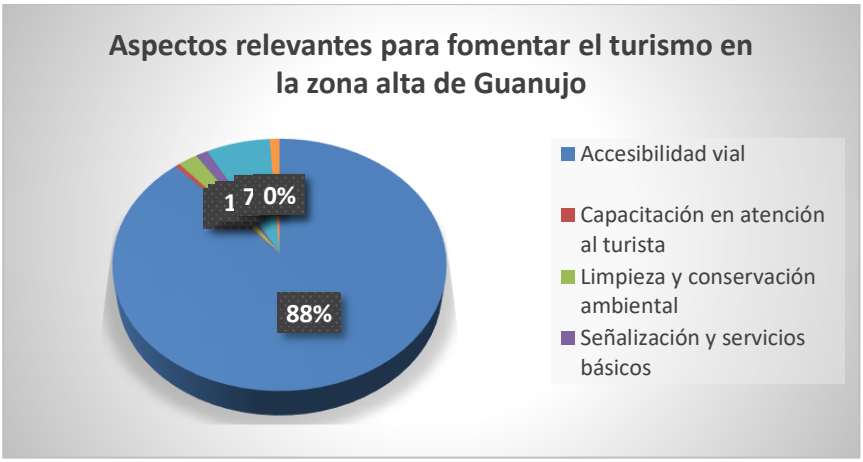
Tabla 32

¿Qué aspectos cree usted relevante para fomentar el turismo en la zona?

Interés	Frecuencia	Porcentaje
Accesibilidad vial	339	88,28%
Capacitación en atención al turista	2	0,52%
Limpieza y conservación ambiental	8	2,08%
Señalización y servicios básicos	5	1,30%
Promoción turística digital	26	6,77%
Seguridad	4	1,04%
Otro	0	0,00%
Total	384	100%

Gráfico 16

Aspectos relevantes para fomentar el turismo en la zona alta de Guanujo



Fuente: Elaboración propia

Es fundamental resaltar que un abrumador 88% de los turistas potenciales expresa con urgencia la necesidad de mejorar la accesibilidad vial hacia la zona alta de Guanujo. Aunque las cifras de insatisfacción directa parecen bajas con un 7% de preocupación por la infraestructura, un 2% por el mantenimiento y un 1% por la señalización, estos datos revelan puntos críticos que condicionan la experiencia en la Sierra de Guanujo. El estado de los senderos y las vías no es un detalle secundario; es la columna vertebral que permite o limita la exploración del territorio. Un acceso deficiente actúa como un factor disuasivo que empaña la percepción del destino, sin importar la calidad de sus atractivos. Por ello, la inversión en conectividad vial es indispensable: no solo facilita la logística del viaje, sino que abre la puerta a nuevas rutas culturales y naturales que actualmente permanecen subexplotadas por su difícil acceso. En última instancia, mejorar la accesibilidad vial no solo beneficiará a los visitantes, sino que también potenciará la reputación de Guanujo como un destino turístico atractivo y accesible.

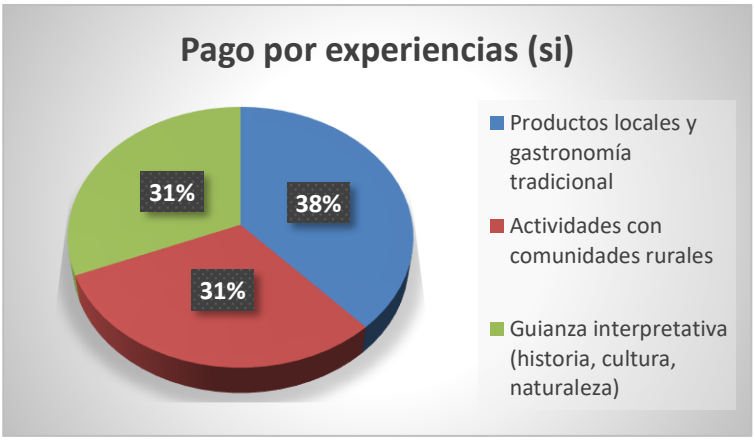
Tabla 33

¿Estaría dispuesto(a) a pagar por experiencias turísticas que integren

Experiencia	Si	No	Porcentaje
Productos locales y gastronomía tradicional	142	5	38,28%
Actividades con comunidades rurales	114	3	30,47%
Guianza interpretativa (historia, cultura, naturaleza)	117	3	31,25%
Total		384	100%

Gráfico 17

Pago por experiencias



Fuente: Elaboración propia

Los hallazgos de esta investigación subrayan que un 38% de los visitantes potenciales se siente atraído por la riqueza gastronómica y los productos de origen local. Esta cifra confirma que el patrimonio alimentario de la región no es solo un servicio complementario, sino un motor de atracción turística alineado con las nuevas tendencias de consumo responsable. Por otro lado, el interés del 31% por el asesoramiento y las actividades comunitarias evidencia un giro hacia el turismo experiencial. Esta inclinación abre una oportunidad valiosa para dinamizar la economía de las comunidades anfitrionas a través de talleres de artesanía y vivencias auténticas. Es relevante notar que, a pesar de la ausencia de críticas directas, existe una voluntad de gasto condicionada a que la región optimice su visibilidad mediante estrategias de marketing y accesibilidad más robustas.

Esto sugiere que invertir en infraestructura que facilite el acceso a la región del Alto Guanujo y desarrollar campañas de marketing efectivas que destaquen las experiencias únicas de la región son cruciales para maximizar el interés y la participación turística. Esto creará un entorno atractivo que despierte la curiosidad de los visitantes y los anime a explorar más, haciendo que su estancia sea no solo satisfactoria, sino también memorable. En última instancia, al centrar los esfuerzos en la mejora de la accesibilidad y la promoción de la oferta local, se puede potenciar el turismo en la zona, beneficiando tanto a los visitantes como a la economía local.

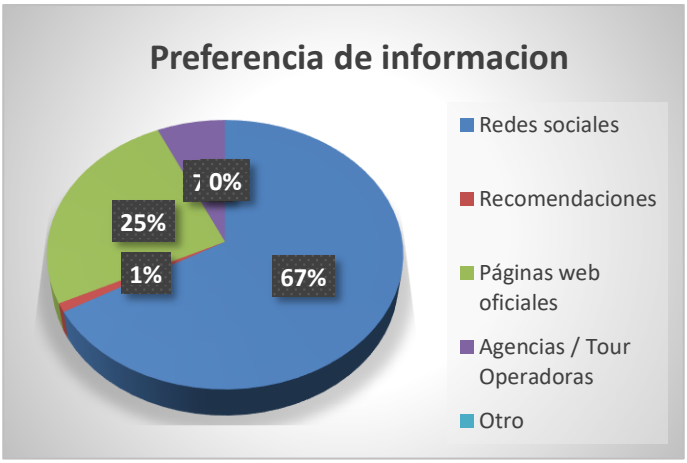
Tabla 34

¿Qué medio prefiere para informarse sobre destinos turísticos?

Medio de información	Preferencia	Porcentaje
Redes sociales	256	66,67%
Recomendaciones	4	1,04%
Páginas web oficiales	98	25,52%
Agencias / Tour Operadoras	26	6,77%
Otro	0	0,00%
Total	384	100%

Gráfico 18

Preferencia de información



Fuente: Elaboración propia

Las redes sociales se han consolidado como el medio de preferencia para la recepción de información turística, con un notable 67% de los usuarios indicando que las utilizan para

informarse sobre destinos y actividades, un 25% utiliza páginas web, un 7% Agencias Tour Operadoras, y el 1% recomendación o el boca a boca. El análisis de las fuentes de información revela que la estética y la inmediatez de las redes sociales son los principales catalizadores del interés turístico actual. Mientras que el 25% de los encuestados recurre a sitios web para resolver dudas logísticas, la mayoría prefiere canales que ofrezcan una visión auténtica y menos rígida del destino. Esta realidad obliga a los actores turísticos de la Zona Alta de Guanujo a diversificar su presencia online. La estrategia recomendada no es abandonar la web, sino integrarla en un ecosistema digital donde las redes sociales actúen como el anzuelo emocional y los portales informativos como el cierre de la venta, garantizando así una experiencia de usuario fluida que motive el desplazamiento hacia la región. En última instancia, al reconocer y adaptarse a las preferencias de los usuarios en cuanto a la recepción de información, se puede potenciar el turismo en la región y maximizar el impacto positivo en la economía local.

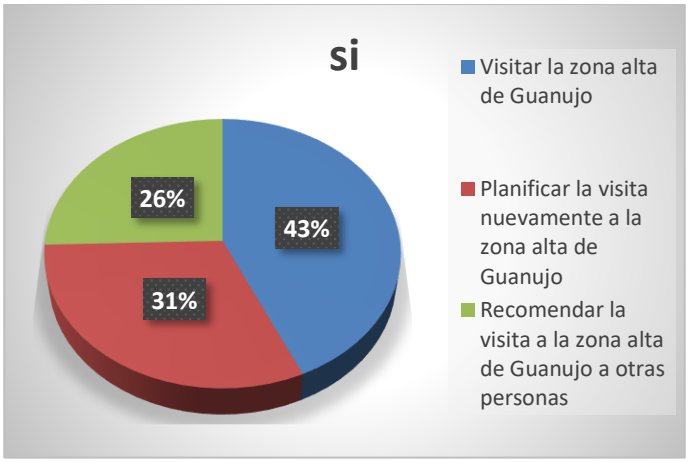
Tabla 35

Con lo antes expuesto en esta encuesta, estaría dispuesto(a) a:

Interés	Si	no	porcentaje
Visitar la zona alta de Guanujo	163	2	42,97%
Planificar la visita nuevamente a la zona alta de Guanujo	118	3	31,51%
Recomendar la visita a la zona alta de Guanujo a otras personas	96	2	25,52%
Total		384	100%

Gráfico 19

Interés del turista para conocer la zona alta de Guanujo.



Fuente: Elaboración propia

Las métricas obtenidas demuestran que existe un mercado cautivo del 43% interesado en la Sierra de Guanujo, respaldado por una intención de retorno del 31%. Esta propensión a la reincidencia subraya que la calidad del servicio es el principal determinante de la lealtad del viajero. Es imperativo que la oferta local se diseñe bajo un enfoque de excelencia, considerando que un 26% de los encuestados solo recomendaría el lugar si la vivencia resulta excepcional. En conclusión, la viabilidad económica del turismo en la zona depende de una transición: pasar de un modelo centrado en visitas únicas a uno basado en la creación de embajadores de marca, donde la recomendación personal actúe como la herramienta de promoción más efectiva y creíble. Esto se puede lograr mediante la capacitación del personal, la mejora de la infraestructura y los servicios, y el desarrollo de actividades únicas que muestren la cultura y la belleza natural de Guanujo. Esto crea un ciclo positivo: los turistas no solo regresan, sino que también recomiendan la región, contribuyendo así al crecimiento del turismo en las Tierras Altas de Guanujo.

Tabla 36

Resumen resultados de Encuestas al turista potencial

Sección	Criterio	Numero de Encuestados	%	Análisis
Datos Generales del visitante	Lugar de procedencia	384	100%	La mayoría de los visitantes proviene de las provincias del Guayas (21%) y Los Rios (12%), evidenciando una fuerte movilidad interna y confirmando que el mercado turístico más accesible es el nacional.
	Rango de edad	384	100%	Los grupos de 26 a 35 años (37%) y 36 a 45 años (32%) concentran el mayor porcentaje de visitantes, reflejando un perfil adulto joven con mayor disposición para actividades de naturaleza, aventura y cultura, segmentos alineados al potencial del turismo.
	Genero	384	100%	El rango masculino (52%) y femenino (42%) es casi equilibrado, indicando que el destino turístico atrae por igual a ambos géneros, lo que sugiere que las ofertas turísticas pueden desarrollarse sin necesidad de segmentación de genero especifica.
	Nivel de educación	384	100%	El nivel educativo de tercer nivel (61%) predomina, lo que muestra que los visitantes poseen un nivel de instrucción medio alto, implicando que valoran actividades interpretativas, experiencias culturales y propuestas sostenibles.
	Ocupación principal	384	100%	La mayoría de los visitantes son empleados privados (62%), lo que indica estabilidad económica y capacidad de gasto moderada
	Ha visitado antes la zona alta de Guanujo	384	100%	El 93% nunca ha visitado la zona alta de Guanujo, evidenciando un bajo nivel de posicionamiento turístico
Percepción de la Oferta Turística	Limpieza y conservación de atractivos	384	21% (bueno)	Aunque calificada como “buena”, hay espacio para mejorar en la preservación del entorno natural, crucial para atraer turistas.
	Señalización y accesibilidad	384	17% (regular)	Muchos visitantes enfrentan dificultades para orientarse y acceder a los puntos de interés, sufriendo la necesidad de mejorar la infraestructura vial y la falta de señalética.
	Seguridad para el turista	384	25% (excelente)	La precepción positiva en seguridad es alentadora, fundamental para atraer más turistas y realicen las actividades con confianza.
	Atención y hospitalidad local	384	25% (excelente)	Los visitantes valoran las interacciones con la comunidad, lo que indica que la hospitalidad es un punto fuerte y positivo.

	Calidad de servicios turísticos	384	0%	La falta de calificaciones sugiere que muchos turistas no han experimentado estos servicios, representando un desafío, pero a la vez una oportunidad para implementarlo.
	Promoción e información disponible	384	13% (regular)	La información accesible es insuficiente para atraer a más turistas, indicando la necesidad de mejorar la visibilidad del destino y señaléticas.
	Motivo de viaje (naturaleza)	384	14%	Muestra un interés moderado, sugiriendo que se debe potenciar la oferta ecoturística en la zona.
	Motivo de viaje (gastronomía)	384	6%	Aunque menos relevante, puede ser un atractivo potencial si se promueve adecuadamente.
	Motivo de viaje(descanso)	384	9%	Indica que algunos visitantes buscan relajación y tranquilidad, sugiriendo la necesidad de crear espacios de descanso.
	Motivo de viaje (cultura y tradiciones)	384	22%	Un interés significativo que puede ser capitalizado mediante actividades culturales.
	Motivo de viaje (aventura)	384	36%	La motivación principal, indicando un alto potencial para desarrollar actividades de aventura.
	Motivo de viaje (trabajo/estudio)	384	1%	Un porcentaje bajo, pero puede ser considerado para el desarrollo de turismo de negocios.
	Motivo de viaje (otro)	384	11%	Refleja un interés diverso que puede ser explorado en futuras estrategias.
Motivaciones Preferencias de Viaje	Con quien viaja (solo)	384	6%	Un porcentaje bajo, sugiriendo que la mayoría prefiere viajar en compañía especialmente con familia.
	Con quien viaja (con familia)	384	26%	Indica la importancia de desarrollar espacios familiares en la oferta turística de la zona.
	Con quien viaje (en pareja)	384	17%	Refleja un interés moderado, sugiriendo que se pueden crear paquetes románticos en fechas importantes como san Valentín.
	Con quien viaje (con amigos)	384	40%	La opción más popular, lo que implica que se deben diseñar actividades grupales.
	Con quien viaja (en grupo organizado)	384	10%	Un segmento que puede ser incentivado mediante colaboraciones con operadores turísticos cercanas.
	Duración promedio de visita (1 día)	384	30%	Indica que algunos turistas buscan visitas rápidas, sugiriendo la necesidad de itinerarios breves no tan extensos y cansados.
	Duración promedio de visita (2-3 días)	384	45%	La duración más común, lo que sugiere que la oferta turística debe ajustarse a este marco temporal.
	Duración promedio de visita (4-5 días)	384	5%	Un porcentaje bajo, indicando que se deben crear incentivos para estancias más largas recorridos.
	Duración promedio de visita (más de 5 días)	384	20%	Especialmente entre turistas extranjeros, sugiere que hay potencial para atraer estancias prolongadas.
	Medio de transporte (vehículo propio)	384	50%	Indica una preferencia por la movilidad independiente, sugiriendo la necesidad de mejorar la infraestructura de estacionamiento en el sitio.
Medios de Transporte	Medio de transporte (operadora turística)	384	15%	Un segmento que puede ser incentivado mediante paquetes organizados.
	Medio de transporte (bus))	384	6%	Un porcentaje bajo, lo que sugiere que se debe mejorar la conectividad.
	Medio de transporte (motocicleta/bicicleta)	384	3%	Indica que se debe considerar la infraestructura para estos medios.

Inversión Diaria	Medio de transporte (otro/alquilado)	384		27%	Refleja una tendencia hacia la flexibilidad en el transporte.
	Inversión diaria (menos de $25,00)	384		0%	Indica que no se consideran opciones de bajo costo.
	Inversión diaria ($51,00 a $75,00)	384		3%	Un porcentaje bajo, sugiriendo que la mayoría invierte más.
	Inversión diaria ($25,00 a$50,00)		384	0%	No se reportan gastos en este rango.
	Inversión diaria (más de $75,00)		384	97%	Refleja un alto nivel de gasto, indicando que la zona puede posicionarse para un turismo nivel medio.
Preferencia de Alojamiento	Preferencia de alojamiento (cabañas)		384	52%	La opción preferida, sugiriendo una alta demanda de alojamientos en contacto con la naturaleza.
	Preferencia de alojamiento (hotel)		384	15%	Refleja la búsqueda de comodidad, aunque con menos interés.
	Preferencia de alojamiento (lodge)		384	4%	Un porcentaje bajo, sugiriendo que se debe explorar esta opción.
	Preferencia de alojamiento (camping)		384	8%	Indica un interés moderado por experiencias al aire libre.
	Preferencia de alojamiento (pensiones)		384	1%	Muy poco interés, sugiriendo que no es una opción viable.
	Preferencia de alojamiento (otro/Airbnb)		384	20%	Refleja un interés creciente por alojamiento alternativos.
Medios de Pago	Medio de pago (transferencia bancaria)		384	18%	Un porcentaje significativo, sugiriendo la necesidad de adaptarse a esta modalidad.
	Medio de pago (efectivo)		384	12%	Aun relevante, pero en declive.
	Medio de pago (tarjeta de crédito)		384	39%	La opción más popular, indicando una preferencia por métodos de pago modernos.
	Medio de pago (tarjeta de débito)		384	31%	También significativa, sugiriendo que se deben aceptar ambos tipos de tarjetas.
Intereses y Potencial de Nuevas Líneas de Turismo	Intereses en actividades turísticas (naturaleza)		384	19%	Una opción importante, sugiriendo que se debe potenciar la oferta ecoturística.
	Intereses en actividades turísticas (cultural)		384	17%	Refleja un interés significativo, lo que indica que se deben desarrollar actividades culturales. .
	Intereses en actividades turísticas (agroturismo)		384	6%	Un potencial bajo, pero puede explorarse.
	Intereses en actividades turísticas (aventura)		384	37%	La opción más solicitada, indicando un alto potencial para actividades de aventura.
	Intereses en actividades turísticas (comunitario)		384	13%	Refleja interés por experiencias auténticas e interactivas.
	Intereses en actividades turísticas (rural o descanso)		384	8%	Un interés moderado, sugiriendo que se debe considerar esta opción.
Factores Destacados para el Turismo	Factores que destacan el destino (paisajes naturales)		384	42%	La principal atracción, sugiriendo que se debe centrar la promoción en este aspecto.
	Factores que destacan el destino (fiestas tradicionales)		384	3%	Un interés bajo, indicando que se debe trabajar en la promoción de eventos culturales.
	Factores que destacan el destino (clima y tranquilidad)		384	3%	Un aspecto menos relevante, pero que puede ser atractivo para ciertos turistas.
	Factores que destacan el destino (gastronomía tradicional)		384	15%	Un interés moderado, sugiriendo que se debe destacar la oferta gastronómica.

	Factores que destacan el destino (cultura y tradiciones vivas)	384	38%	Un factor importante que debe ser promovido para atraer turistas.
	Aspectos relevantes para fomentar al turismo (accesibilidad vial)	384	88%	Un aspecto crítico, sugiriendo que se debe priorizar la mejora de la infraestructura vial.
	Aspectos relevantes para fomentar el turismo (capacitación en atención al turista)	384	1%	Un porcentaje bajo, pero indica que la formación en atención a la cliente necesaria.
Aspectos Relevantes para Fomentar el Turismo	Aspectos relevantes Aspectos relevantes para fomentar el turismo (limpieza y conservación ambiental)	384	2%	Sugiere que se debe trabajar en la mejora de la limpieza y conservación del entorno.
	Aspectos relevantes para fomentar el turismo (señalización y servicios básicos)	384	1%	Indica que se debe mejorar la señalización para facilitar la navegación.
	Aspectos relevantes para fomentar el turismo (promoción turística digital)	384	7%	Un aspecto que se debe fortalecer para aumentar la visibilidad del destino.
	Aspectos relevantes para fomentar el turismo (seguridad)	384	1%	Aunque no es una prioridad, es importante mantener la seguridad para atraer turistas.
Expectativas y Sostenibilidad	Disposición a pagar productos locales y gastronomía	384	38%	Indica un interés significativo en experiencias que integren la cultura local y gastronómica.
	Disposición a pagar por actividades con comunidades rurales	384	30%	Refleja un interés en el turismo experimental, sugiriendo que se deben desarrollar más actividades comunitarias.
	Disposición a pagar por guianza interpretativa	384	31%	Un aspecto valorado que puede enriquecer la experiencia del visitante.
Medios de Información	Medio de información preferido (redes sociales)	384	67%	La principal fuente de información, sugiriendo que se deben implementar estrategias de promoción digital.
	Medio de información preferido (recomendaciones)	384	1%	Un porcentaje bajo, indicando que el boca a boca tiene menos impacto.
	Medio de información preferido (páginas web oficiales)	384	26%	Importante, pero no tan atractivo como las redes sociales.
	Medio de información preferido (agencias/tour operadoras)	384	7%	Un segmento que puede ser incentivado mediante colaboraciones.
Disposición a Visitar	Disposición a visitar la zona alta de Guanujo	384	43%	Un dato alentador que sugiere un interés significativo en explorar la región.
	Disposición a planificar la visita nuevamente	384	32%	Indica que los visitantes están abiertos a regresar, siempre que su experiencia inicial sea positiva.
	Disposición a recomendar la visita	384	26%	Sugiere que un visitante satisfecho puede convertirse en un embajador del destino.

Nota: *Esta tabla resume de manera integral los resultados de las encuestas realizadas y proporciona un análisis claro de los datos*

obtenidos en el mercado más cercano a la zona alta de Guanujo.

Discusión Objetivo 2

Para la identificación de segmentos y preferencias de la demanda mediante investigación de mercado, las encuestas realizadas en la zona alta de Guanujo ofrecen una visión integral sobre las preferencias y comportamientos de los turistas potenciales, revelando tendencias que se asemejan a diversas investigaciones tanto nacionales como internacionales. En primer lugar, el perfil demográfico de los encuestados muestra una predominancia de turistas jóvenes, especialmente en el rango de edad de 26 a 35 años, quienes representan el 37% de los encuestados. Los resultados obtenidos guardan una estrecha relación con lo expuesto por Luna y Zumaeta (2022), quienes identifican que el segmento joven (25 años) presenta una inclinación dominante (74%) hacia el turismo de aventura en el contexto ecuatoriano. Este hallazgo reafirma que el perfil del visitante en Guanujo no busca únicamente la descarga de adrenalina, sino una inmersión que conecte la naturaleza con la identidad local. Por otro lado, la relevancia de la autenticidad cultural punto central en el estudio de Chisaguano y Muñoz (2024), se ve reflejada en el 22% de nuestros encuestados, interesados en las tradiciones de la Sierra de Guanujo. No obstante, la satisfacción integral sigue condicionada por factores logísticos; aunque la limpieza es calificada positivamente por un 21%, autores como Baker y Hsu (2017) advierten que la calidad del entorno es innegociable. Esto cobra sentido al observar que un 88% de los participantes señala la accesibilidad como el eje principal para el desarrollo regional, vinculando directamente la mejora vial con la propensión a la recomendación del destino. Esta preferencia es respaldada por estudios recientes que muestran que los turistas buscan cada vez más experiencias que les permitan conectar con la cultura y la identidad del lugar que visitan. Esto abre una oportunidad significativa para los prestadores de servicios en Guanujo, quienes pueden diversificar su oferta mediante la inclusión de talleres de cocina, ferias de productos locales y eventos culturales que atraigan a los visitantes. La tendencia

observada hacia los viajes grupales, con un 40% de preferencia por amigos y un 26% por familiares, ratifica lo planteado por Luna y Zumaeta (2022), quienes sostienen que el acompañamiento afectivo potencia el valor de la experiencia turística. Este fenómeno sugiere que el éxito del destino no reside únicamente en el entorno físico, sino en su capacidad para facilitar espacios de convivencia. Por tanto, es estratégico que la oferta en la Sierra de Guanujo se oriente hacia itinerarios grupales que incentiven la interacción social. En última instancia, la promoción del destino debe evolucionar: el objetivo no es solo atraer flujos turísticos, sino gestionar la calidad en cada punto de contacto para que la experiencia sea, por definición, excepcional. La capacitación del personal, la mejora de la infraestructura y la creación de actividades únicas que resalten la cultura y belleza natural de Guanujo son esenciales.

Discusión Comparativa

Los resultados obtenidos en este diagnóstico y análisis de mercado guardan una estrecha relación con las tendencias y metodologías expuestas por referentes contemporáneos del sector. En primer lugar, la estructura de los productos diseñados, como "Aventura Andina" y la "Ruta de los Hieleros", se alinea con la propuesta metodológica de Del Toro Cabrera (2025), quien enfatiza que el éxito de una ruta turística no depende solo del atractivo en sí, sino de un equilibrio riguroso entre la autenticidad cultural, la accesibilidad y la sostenibilidad del entorno. Esta visión se refuerza con los hallazgos de Martínez et al. (2024), cuyos estudios subrayan la importancia de la innovación digital y el uso estratégico de redes sociales para posicionar destinos emergentes; en el caso de la Zona Alta de Guanujo, esta necesidad es crítica dado que, aunque existe un alto potencial de aventura (36%) y una disposición de gasto superior a $75 diarios, el 93% de la demanda potencial aún desconoce el destino. Finalmente, la identificación de los 9 atractivos estratégicos y

la jerarquización de recursos naturales como las cascadas Diablo Tútsu e Ishpingo coinciden con la línea de investigación de Morocho y Ocampo (2016), quienes sostienen que la diversificación de la oferta en zonas rurales debe partir de un inventario técnico sólido que transforme el recurso virgen en un producto con valor agregado, garantizando así que la consolidación del destino sea competitiva y socialmente responsable.

CAPITULO V

5. PROPUESTA

Tema:

"Diseño de Productos con criterios de sostenibilidad y competitividad para la consolidación de la zona Alta de Guanujo, como un destino turístico"

5.1. Introducción

La presente propuesta abarca tres objetivos a cumplir, en el primer objetivo se realiza un diagnóstico situacional, sobre la problemática de la zona alta de Guanujo, la zona de estudio Union y progreso, Quindigua, Larcaloma y demás comunidades aledañas, donde se encuentran ubicados sus atractivos naturales y culturales, la planta turística como Chimborazo Rey, que presenta la zona alta de Guanujo y su estudio del mercado turista en el atractivo más cercano, El nevado del Chimborazo. En el segundo objetivo ya con el estudio, se diseñan dos productos integrando criterios de sostenibilidad y competitividad, por último, dentro del tercer objetivo, se desarrollan estrategias de promoción para estos productos diseñados, y que esta permita a la zona alta de Guanujo consolidarse como un destino turístico a largo plazo.

5.2. Objetivo General

Estructurar productos turísticos, con criterios de sostenibilidad y competitividad para la consolidación de la Zona Alta de Guanujo como un destino turístico.

5.3. Objetivo Específicos

- Realizar el Análisis FODA, sobre el diagnostico situacional de las comunidades de la Zona Alta de Guanujo.
- Integrar los criterios de sostenibilidad y competitividad para el diseño de productos turístico para el destino de la Zona Alta de Guanujo.
- Desarrollar estrategias para la promoción de los productos turísticos de la Zona Alta de Guanujo.

5.4. Resultados

5.4.1. Realizar el Análisis FODA, sobre el diagnostico situacional de las comunidades de la Zona Alta de Guanujo.

Delgado et al., (2023) mencionan que el análisis FODA es una evaluación de factores fuertes y débiles que mediante el diagnóstico de la situación interna de toda la empresa y una evaluación externa de oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y proporciona una visión general de la situación estratégica a determinar.

Tabla 37

Matriz FODA Zona Alta de Guanujo.

ANALISIS INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANALISIS EXTERNO	**F1.** Presencia de varios atractivos naturales y culturales **F2.** Flora y Fauna representativa y un centro educativo cercano como Producción de Fauna Chimborazo. **F3.** Diversidad paisajística altitudes y clima apropiado para actividades como turismo de aventura, naturaleza, avistamiento de flora y fauna endémicas. **F4**. Cosmovisión Andina **F5.** Existencia de planta turística completa en la zona alta de Guanujo (Chimborazo Rey), y sus complementos cercanos dentro de la Reserva de producción de Fauna Chimborazo (Cooperativa Chimborazo), y tienda de Artesanías (Handicraft). **F6.** Conectividad aceptable con centros urbanos de Bolivar y Chimborazo.	**D1**. Falta de señalización turística adecuada en varios atractivos. **D2.** Escasa planta turísticas (alojamiento, alimentación e intermediación.) **D3.** Escasa infraestructura formal (baños, senderos, miradores acondicionados). **D4.** Limitada promoción del destino en redes sociales o plataformas turísticas. **D5**. Acceso difícil o no asfaltado a ciertos atractivos. **D6**. Poca capacitación formal en atención al turista y guianza. **D7.** Erosión de suelo.

	O1. Creciente demanda por turismo sostenible y de naturaleza en Ecuador. **O2.** Interés de instituciones públicas y ONGs por apoyar el turismo comunitario. **O3.** Posibilidad de generar empleo local en guianza, artesanías, gastronomía y transporte.	**ESTRATEGIAS FO** -Crear la marca "Guanujo" usando la cosmovisión Andina para captar el mercado de naturaleza y que este se expanda con material promocional. - Promocionar la zona alta de Guanujo mediante el Marketing Digital y redes sociales	**ESTRATEGIAS DO** -Tener alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas (MINTUR, GAD parroquial, provincial) para la promoción. -Usar fondos de ONGs o Estado, para financiar la señalización técnica y senderos con identidad visual andina**.**
OPORTUNIDADES	**O4.** Potencial de crear una marca turística para la zona alta de Guanujo. **O5.** Ventajas de promoción digital de redes sociales para expandirse a un mercado más amplio. **O6.** Desarrollo de rutas temáticas **O7.** Financiación del Estado para proyectos de infraestructura turística rural.	**-** Diseñar productos turísticos como "Ruta de las Cascadas y el Horno Inca" aprovechando la conectividad y la planta de Chimborazo. -Participar en Ferias y eventos turísticos en provincias especialmente del mercado objetivo Guayas, Los Rios.	**-** Crear programas de capacitación local para suplir la falta de guías convirtiendo a los comuneros en "Anfitriones **-**Señalética 100% informativa y material Promocional
	A1. Competencia con destinos consolidados cerca del Chimborazo. **A2.** Riesgo de deterioro ambiental por visitas sin control	**ESTRATEGIAS FA** **-** Diferenciarse de la competencia mediante la exclusividad y con innovación. **-** Fortalecer la unión comunal integrando la Producción de Fauna y la venta de artesanías como beneficio directo para todos, mitigando rocas sociales y páginas.	**ESTRATEGIAS DA** **-** Establecer un Manual de Capacidad de carga y protocolos de visita para evitar el deterioro ambiental ante la falta de infraestructura formal presente. **- I**mplementar un plan de promoción digital que eduque al turista sobre el clima cambiante y el respeto a la cultura local para evitar malas experiencias en el sitio.
AMENAZAS	**A3.** Cambios climáticos que pueden afectar accesos recursos hídricos. **A4.** Posibles conflictos internos en las comunidades si no se gestiona de una manera adecuada turismo.		

Elaborado por: Noaris Zamora Mero.

Para la priorización de las estrategias se utilizó la siguiente escala de ponderación:

- **3= Alta ponderación:** Estrategia relevante
- **2= Media ponderación:** Estrategia poca relevante
- **1= Baja ponderación:** Estrategia nada relevante

Tabla 38

Matriz de priorización de estrategias del cruce FODA

		Calificación 1-3		
N	**Estrategias FO**	**Bajo (1)**	**Medio (2)**	**Alto (3)**
1	Crear la marca "Guanujo" usando la cosmovisión Andina para captar el mercado de naturaleza y que este se expanda con material promocional.			
2	Promocionar la zona alta de Guanujo mediante el Marketing Digital y redes sociales			
3	Diseñar productos turísticos como "Ruta de las Cascadas y el Horno Inca" aprovechando la conectividad y la planta de Chimborazo.			
4	Participar en Ferias y eventos turísticos en provincias especialmente del mercado objetivo Guayas, Los Rios.			
	Estrategias DO			
5	Tener alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas (MINTUR, GAD parroquial, provincial) para la promoción.			
6	Usar fondos de ONGs o Estado, para financiar la señalización técnica y senderos con identidad visual andina**.**			
7	Crear programas de capacitación local para suplir la falta de guías convirtiendo a los comuneros en "Anfitriones			
8	Señalética 100% informativa y material Promocional			
	Estrategias FA			
9	Diferenciarse de la competencia mediante la exclusividad.			
10	Fortalecer la unión comunal			
	Estrategias DA			
11	Establecer un Manual de Capacidad de carga y protocolos de visita para evitar el deterioro ambiental ante la falta de infraestructura formal.			
12	Implementar un plan de promoción digital que eduque al turista sobre el clima cambiante y el respeto a la cultura local para evitar malas experiencias.			

Elaborado por: Noaris Zamora Mero (2025-2026).

La matriz FODA ayudó a detectar los factores internos y externos de la zona alta de Guanujo donde proporciona el diagnostico de su situación actual, permitiendo identificar áreas claves para mejorar y oportunidades para crecer y de este modo poder utilizar estrategias de marketing para proporcionar los atractivos de la zona alta de Guanujo. Conjuntamente con el FODA cruzado revela que la clave del éxito para Aventura Andina reside en transformar la virginidad del destino en un activo de lujo autentico lanzándolo al mercado con estrategias de promoción turística de la mano alianza con Entidades públicas privadas, donde se pueda financiar para que Guanujo sea un destino turístico a futuro.

5.4.2. Integración de criterios de sostenibilidad y competitividad para el diseño de los productos turístico para el destino de la Zona Alta de Guanujo.

La Zona Alta de Guanujo con sus comunidades Union y progreso, Quindigua, Larcoloma entre otras, se vive de ganadería el 80% de la población Venta de leche y al mismo tiempo queso, anteriormente había buena producción de cebada, trigo, habas, últimamente se han ido perdiendo esas costumbres y más se han ido hacia el sur de esas producciones, Se dedican también la producción de papas, mellocos y habas y en la ganadería a la crianza de borregos y vacas, por otra parte ven al agroturismo con una gran alternativa también carecen de formación y motivación para integrarse en el desarrollo (Pullotasig, 2025).

En las comunidades de la zona alta de Guanujo se presentan 8 atractivos naturales y 1 cultural, todos estos atractivos están ubicados a altitudes superiores a los 3500 m.s.n.m. en un ecosistema páramo andino caracterizado por su biodiversidad en flora como pinos introducidos, chuquiraguas, paja de paramo, polylepis o árbol de papel, y en la fauna como el ave principal curiquingue, colibríes andinos, zorros de paramo y conejos silvestres, cabe mencionar que la mayor parte de los atractivos tiene como resultado de jerarquía 1.(Pullotasig, 2025).

Nombre del Producto Turístico *"Aventura Andina, descubre Guanujo".*

"Aventura Andina, descubre Guanujo", un producto turístico diseñado para resaltar la belleza natural y cultural de la Zona Alta de Guanujo, promoviendo un turismo sostenible que beneficie a las comunidades locales fomente la conservación del entorno, se reconoce que, a pesar de la riqueza de sus recursos, los atractivos de la zona alta de Guanujo han sido poco promovidos y se encuentran en una fase de desarrollo incipiente.

Diseño del producto 1

"Aventura Andina, descubre Guanujo" es un paquete diseñado para atraer a ecoturistas aventureros interesados en la cultura local. El producto incluye visitas a las cascadas, bosques miradores y un horno tradicional, proporcionando una experiencia integral que destaca la riqueza natural de la región. Los turistas podrían disfrutar de actividades como senderismo, talleres y artesanías, degustaciones de la gastronomía local, todo en un entorno sostenible y responsable.

Descripción y características

De acuerdo a la entrevista realizada por Pullotasig, (2025) menciona que la mayor parte de los entrevistados de la comunidad de la zona alta de Guanujo, los actores claves perciben al turismo como una gran oportunidad necesaria para dinamizar la economía y los ingresos a la localidad, ya que cada comunidad cuenta con su riqueza cultural y natural, de esta manera se destaca sus aspectos positivos como los paisajes andinos y montañosos, la hospitalidad y el potencial cultural que tienen las comunidades resaltan con su autenticidad y su cultura, así mismo perciben que la limitaciones son la falta de promoción y difusión de atractivos, la capacitación a la comunidad y la insuficiencia de infraestructura turística, pese a estas dificultades las comunidades desean fortalecer la actividad turística en la zona. También menciona que se evidencian los desafíos que enfrentan en la ausencia de infraestructura básica como señaléticas, vías de acceso, alojamientos,

alimentos y bebidas, guías turísticos, entre otros, esta escasa infraestructura impide a que puedan brindar una experiencia adecuada a los visitantes y limiten su estadía en la zona, los habitantes de la comunidad en especial los lideres solicitan la ayuda de instituciones internas y externas, a que fortalezcan y desarrolle el turismo en la zona alta de Guanujo.

Tabla 39

Características del Perfil territorial: Zona Alta de Guanujo

CATEGORÍA	DATOS ESPECÍFICOS E IMPORTANTES	IMPLICACIÓN TURÍSTICA/ VALOR A LA MARCA
Ubicación Estratégica	Limite norte Chillanes, sur San Miguel, este de Guaranda.	Destino de paso y conexión entre cantones claves
Altitud y Clima	2,600 a 3,000 msnm. Templado (10°C - 20°C) Humedad 80%. (INEC, 2020).	Ideal para el turismo de salud y slow travel (aire puro)
Ecosistema y Flora	Bosque de montaña, paramo, pinos y plantas nativas adaptadas.	Paisajismo visualmente potente para fotografía de naturaleza.
Fauna Emblemática	Venados, aves endémicas, colibríes vicuñas, llamas y alpacas.	Gran potencial para el aviturismo y fotografía de fauna
Identidad Cultural	Comunidad Kichwa y mestiza (aprox. 1,500 Hab).	Autenticidad: No es un parque temático, es cultura viva
Patrimonio Inmaterial	Festividades de San Juan, danzas, rituales y música.	Oportunidad para crear calendarios de eventos culturales
Eje Productivo	Agricultura de subsistencia (maíz, papa, hortalizas) y ganadería (Pullotasig, 2025)	Potencial para el Agroturismo experiencias de la granja a la mesa).
Vision Local	Turismo percibido como “oportunidad necesaria” para dinamizar la economía (Pullotasig, 2025)	El turista será recibido con hospitalidad real y anfitriones motivados
Desafíos (Brechas)	Falta de promoción, señalética, vías y capacitación en infraestructura.	El marketing debe ser claro en la logística para dar seguridad al viajero

Atractivos turísticos Naturales - Culturales, Planta turística y estudio de mercado del visitante.

Dentro de estas fichas resumen, analizamos los atractivos naturales y culturales de la zona Alta de Guanujo, destacando su biodiversidad y patrimonio histórico, que son fundamentales para el ecoturismo y la promoción cultural. Además, se evalúa la planta turística, que incluye establecimientos de alojamiento y restaurantes, lo que permite ofrecer experiencias completas a los visitantes. Por último, se realiza un análisis del mercado mediante el perfil del visitante, identificando características como su procedencia, edad, nivel educativo y preferencias, lo que ayuda a adaptar la oferta turística a sus necesidades y expectativas, garantizando así una experiencia enriquecedora y sostenible en la región.

Tabla 40

Resumen de los atractivos naturales y culturales de las comunidades de la zona alta de Guanujo.

N	Nombre del Atractivo	Comunidad	Categoría	Tipo	Subtipo	Latitud	Longitud	Altitud	Jerarquía
1	Bosque Vanasacha	Quindigua	Manifestaciones naturales	Bosques	Páramo	733475	9835033	3998	I
2	Cascada Gallo Cantante	Quindigua	Manifestaciones naturales	Ríos	Cascada	733460	9835166	3958	I
3	Cerro Gallorrumi	Quindigua	Manifestaciones naturales	Montañas	Media montaña	733361	9835218	3959	I
4	Cascada Diablo Tútsu	Quindigua	Manifestaciones naturales	Ríos	Cascada	732880	9834468	3750	I
5	Cascada de Oro	Quindigua	Manifestaciones naturales	Ríos	Cascada	732242	9834052	3582	I
6	Mirador Curiquingue	Larcaloma	Manifestaciones naturales	Montañas	Montaña baja	727672	9833149	3314	I
7	Cascada Curiquingue Guachana	Pachakutik	Manifestaciones	Ríos	Cascada	730551	9831078	3326	I
8	Cascada Ishpingo	Illangama	Manifestaciones naturales	Ríos	Cascada	728599	9832582	3091	I
9	Horno los Incas	Quindigua	Manifestaciones culturales	arquitectura	Sitios	721714	98344102	3475	I

Nota: El presente cuadro detalla información de los atractivos naturales y culturales de las comunidades de la zona alta de Guanujo, que fueron sistematizados a partir de datos geográficos que fueron obtenidos en el campo, las coordenadas han sido utilizadas para referenciar la ubicación de cada uno de los atractivos.

Tabla 41

Ficha Resumen de entrevista, establecimientos turísticos

Provincia/ Cantón /Parroquia	Nombre del Establecimiento	Dirección	Contacto	Coordenadas	Actividad	Clasificación	Categoría	NH/ NM	Precios	Fotografía
	Chimborazo Rey Arbn	Av. panamericana Norte, km 29 Via Ambato, Cruz del Arenal	0968596592	Lat: -1.437266030 4516387 Long: -78.91885673 24525	Alojamiento	Inmuebles Habitacionales	Categoría Única	15	$35 pax	
Bolívar-Guaranda-Guanujo	Chimborazo Rey Group S.A.S	Av. panamericana Norte, km 29 Via Ambato, Cruz del Arenal	0968596592	Lat: -1.437720246 591742 Long: -78.92855847 619234	Alimentos, Bebidas Y Entretenimiento	Restaurante	(2) Dos tenedores	70	$1,50-$12	
	Chimborazo Rey Group	Av. panamericana Norte, km 29 Via Ambato, Cruz del Arenal	0968596592	Lat: -1.437684802 5116815 Long: -78.92045974 731445	Agenciamiento Turístico	Agencia Operadora De Turismo	Categoría Única			

	Cooperativa de Servicios Chimborazo	Arenal, primer refugio del nevado Chimborazo	0959113387	Lat: 1.474334892 1001291, Long: -78.84571524 324248	Alojamiento, Alimentos y bebidas	N/R	N7R	34	$40 Todo incluido	
	Tienda de artesanías Handicrasft shop	Arenal, Reserva producción de Fauna Chimborazo	S/N	Lat: -1.497780367 6536956, Long: -78.87491491 86624	Venta de Artesanías	N/R	N/R	30	$6-$45	

Nota: Datos tomados del Catastro de Establecimientos Nacionales registrados (2025).

Dentro de la oferta turística de la sierra de Guanujo, destaca el complejo Chimborazo Rey en Cruz del Arenal por su capacidad de respuesta a las necesidades del mercado actual. El lugar integra servicios de alojamiento y actividades recreativas con una estructura operativa capaz de recibir delegaciones de diversos tamaños en sus 15 habitaciones. La competitividad de este destino se sustenta en su accesibilidad económica y en una oferta gastronómica que rescata los sabores tradicionales de la zona. Esta combinación de factores lo posiciona como una opción atractiva para los segmentos de turistas que buscan comodidad y una conexión auténtica con el entorno de Chimborazo.

A continuación, se detalla las características del mercado objetivo:

Tabla 42

Resumen perfil del visitante

PERFIL VISITANTE	CARACTERISTICAS
Procedencia principal	Guayas (21%) y Los Rios (12%).
Edad predominante	26-35 años (37%) y 36-45 años (32%).
Genero	Equilibrio entre masculino y femenino
Nivel educativo	61% con formación de tercer nivel
Condición laboral	62% empleados privados, con estabilidad económica.
Experiencia previa en la zona	93% nunca ha visitado Guanujo.
Preferencias	Aventura(trekking), cultura, gastronomía, ecoturismo.
Motivación principal	Naturaleza y aventura
Estadía común	1-2 días
Modo de viaje	Grupos y familias.
Medios de pago	Tarjetas y transferencias.
Gasto promedio	Nivel medio (no bajo ni de lujo.)

Tabla 43

Itinerario Turístico detallado para la Zona Alta de Guanujo

Fecha de salida: 6-06-2026

Duración: 2 días 1 noche

Grupo: 20

Modo de pago $: Tarjetas y transferencias aceptadas

Nuestro tour incluye:

- ✓ Transporte ida y vuelta
- ✓ Alojamiento en "Chimborazo Rey" (1 noche)
- ✓ Desayunos (2 días)
- ✓ Almuerzo (2 días)
- ✓ Cena (1 día)
- ✓ Guia y entradas a atractivos

No incluye:

- Actividades extras
- Compra de artesanías
- Propinas (Gastos personales del turismo)

Recomendaciones:

- Bloqueador
- Gorra
- Zapatos cerrados, zapatillas
- Ropa ligera y cómoda
- Traje de baño
- Toalla
- Cambios de ropa
- Camara de fotos
- Agua/ Jugos hidratantes

Dia 1: Exploración de Atractivos Naturales y Culturales

Zona alta de Guanujo Aventura Andina

Mañana

08:00 – 09:00 am: Desayuno en "Chimborazo Rey"

Donde degustaremos la gastronomía local con una magnifica vista hacia el majestuoso nevado Chimborazo.





09:30 – 11:00: Visita al Bosque Yanasacha

Caminata guiada por el bosque de paramo, observación de flora y fauna



11:30 – 12:30: Cascada Diablo Tutsu

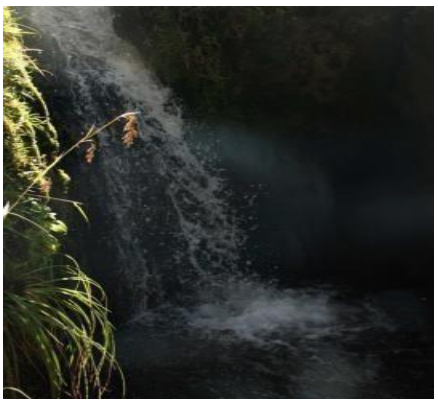
Disfrutar de la belleza de la cascada y tomar fotografías.



Mediodía

12:45 – 13:45 Almuerzo en "Chimborazo Rey" Platos típicos de la región (sopa, plato fuerte, bebida)

Tarde



14:30- 15:30: Visita a la Cascada Gallo Cantante

Exploración de la cascada, actividades de ecoturismo



16:00 – 17:00: Visita al Horno de los Inkas

Conocer sobre la arquitectura y la historia cultural de la zona

Noche



17:30 – 19:00: Alojamiento en "Chimborazo Rey"

Check-in y tiempo libre para descansar y observar el panorama hacia el nevado Chimborazo.

19:30 – 20:30: Cena en "Chimborazo Rey Group S.A.S"

Cena con opciones de platos locales.



Dia 2: Aventura y Cultura

Mañana

08:00 – 09:00: Desayuno en el alojamiento

Desayuno típico.

09:30 – 10:45 Cascada Ishpingo

Caminata hacia la cascada, actividades de fotografía y observación.

Mediodía

11:20 – 12:30: Visita al mirador Curiquingue

Vista panorámica de la zona alta, ideal para fotografía



12:45 – 13:45: Almuerzo en un restaurante local

Almuerzos con platos típicos de la región

Tarde

14:00 – 15:30: Visita a la tienda de Artesanías "Handicrafts Shop"

Oportunidad para comprar recuerdos y artesanías locales y disfrutar de la vista en el refugio de la producción de Fauna Chimborazo



16:00 – 17:00: Cierre de actividades y retorno a la ciudad de Guaranda

Evaluación de la experiencia y despedida.

Precio por Pax: $75

Elaborado por: Noaris Zamora 2025-2026.

Ilustración 2

Mapa de ruta



Tabla 44

Trayecto por día del producto Aventura Andina, descubre Guanujo.

Dia	Trayecto	Distancia	Tiempo	Características
1	Chimborazo Rey – Bosque Yanasacha-	6.8 km	**15 – 20 min**	Inicio de ruta de Chimborazo Rey desayuno - Caminata guiada por el bosque de paramo, observación de flora y fauna.
	Bosque Yanasacha – Cascada Diablo Tutsu	0.9 km	**5 min**	Después de 5 min de caminata -Disfrute de la belleza de la cascada y toma de fotografías.
	Cascada Diablo Tutsu – Chimborazo Rey	7.7 km	**20 – 25 min**	Platos típicos de la región (sopa, plato fuerte, bebida)
	Chimborazo Rey – Cascada Gallo Cantante	7.1 km	**20 min**	Exploración de la cascada, actividades de ecoturismo.
	Cascada Gallo Cantante – Horno de los Inkas	18.4 km	**40 – 45 min**	Conocer sobre la arquitectura y la historia cultural de la zona.
	Horno de los Inkas – Chimborazo Rey	25.2 km	**55 – 65 min**	tiempo libre para descansar y observar el panorama hacia el nevado Chimborazo, cena opciones platos locales.
2	Chimborazo Rey – Cascada Ishpingo	14.0 km	**35 – 40 min**	Inicio de ruta Chimborazo Rey desayuno - Caminata hacia la cascada, actividades de fotografía y observación.
	Cascada Ishpingo – Mirador Curiquingue	6.6 km	**15 – 20 min**	Vista panorámica de la zona alta, ideal para fotografía.
	Mirador Curiquingue – Tienda de Artesanías “Handicrafts Shop”	17.6 km	**40 – 45 min**	Compra de recuerdos y artesanías locales y disfrute de la vista en el refugio de la producción de Fauna Chimborazo.

Elaborado por: Noaris Zamora 2025-2026.

Producto 2: *"Avistamiento de aves en la ruta de los Hieleros"*

Dentro de los atractivos naturales, la observación de avifauna destaca por su capacidad de generar experiencias inmersivas, fundamentadas en la riqueza cromática y etológica de las especies. Esta actividad trasciende la mera contemplación; implica un reconocimiento de la biodiversidad mediante criterios técnicos de singularidad. Para determinar el valor de este recurso en la zona, es necesario contrastar datos sobre la presencia de especies endémicas y sus niveles de protección, factores que, sumados a la vistosidad de las aves, consolidan a la región como un destino de interés para el turismo especializado (Peña et al., 2024).

Diseño del Producto 2

El paquete turístico "Avistamiento de aves en la ruta de los Hieleros" en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo se ofrece con el objetivo de proporcionar a los visitantes una experiencia única e inmersiva en uno de los ecosistemas más ricos y biodiversos del Ecuador. Este destino no solo destaca por su impresionante altitud y belleza natural, sino también por su variada fauna, incluyendo especies emblemáticas como el Colibrí Chimborazo.

Descripción y características

La observación de avifauna se destaca como uno de los encantos más prometedores, permitiendo contemplar una amplia variedad de aves con colores cautivadores y comportamientos fascinantes en su entorno natural. El atractivo de estas aves se ve realzada por sus atributos cromáticos, sonidos, formas y comportamientos, La singularidad de la avifauna puede determinarse mediante la comparación de la frecuencia de avistamientos, el estado de conservación y la endemicidad (Peña et al., 2024).

Los ecosistemas de páramo representan entornos de una complejidad biológica excepcional, cuya fragilidad se ha acentuado debido a la crisis climática contemporánea.

Actualmente, la expansión de las actividades agropecuarias constituye una amenaza latente para la diversidad de avifauna que habita estas zonas. Aunque el registro de especies bajo la categoría de 'Preocupación Menor' podría interpretarse como un indicador positivo, este dato no debe justificar la inacción. Por el contrario, la sensibilidad de este hábitat exige un monitoreo constante, dado que factores como la presión antrópica y el turismo carente de regulación técnica podrían revertir rápidamente este equilibrio, comprometiendo la integridad del ecosistema (Peña et al., 2024).

La cosmovisión andina ha aportado a la humanidad una serie de bio- conocimientos sobre el uso de las plantas, los estudios etnobotánicos son prolíferos en diferentes partes del mundo, es un reflejo entre comunidades y su entorno biótico, físico y cultural por tal razón el presente documento tiene como finalidad la revalorización de este conocimiento milenario del pueblo Waranka así como también sea de apoyo didáctico en el estudio de las Ciencias Ambientales y afines (Peña, 2023).

Tabla 45

Características del perfil de la Comunidad de Quindihua.

Características	Detalle Especifico	Valor Turístico/Identidad
Población	617 habitantes (pueblo Kichwa). (Peña, 2023)	Ambiente íntimo y autentico.
Eje Agricola (60%)	Papa, habas, melloco, oca, mashua, cebolla. (Peña, 2023)	Potencial para el turismo gastronómico y cosecha con los comuneros.
Eje Ganadero (13%)	Ganadería de altura	Paisaje rural vivo y activo.
Patrimonio Histórico	Ex hieleros de Chimborazo (Peña, 2023)	Narrativa potente; historia de vida que conectan con el nevado.
Cosmovisión	Relación milenaria Ser Humano-Naturaleza (Peña, 2023)	Base para el turismo espiritual y de reconexión.

Fuente: Datos tomados de (Peña, 2023) *Etnobotánica de la Cultura Ancestral Florística de la Comunidad Kichwa Quindihua.* **Elaborado por:** Noaris Zamora 2025-2026.

El área de estudio comprende el trayecto histórico de los hieleros en la comuna Quindigua, un corredor de 16 km de longitud que conecta la entrada de la Reserva Chimborazo con la localidad de Quindigua Central. Durante el periodo de observación (julio-agosto 2023), se identificaron puntos estratégicos para el turismo, destacando cuerpos hídricos como el río y la quebrada Curipacha, así como la Choza Comunal. La metodología de campo incluyó la toma de coordenadas y altitudes mediante dispositivos GPS, datos que posteriormente fueron integrados en sistemas de información geográfica (SIG) para su análisis espacial. Asimismo, la descripción del entorno se fundamentó en la clasificación de hábitats específicos del ecosistema altoandino, identificando transiciones entre pastizales, pajonales y zonas desérticas propias de la altitud (Peña et al., 2024).

Tabla 46

Listado de aves de la Ruta de los Hieleros, en la comunidad de Quindihua.

N	Nombre común	Nombre científico	Orden	Familia	Estado de Conservación	No Individuos
	Estrella Ecuatoriana	*Oreotrochilus Chimborazo*	Apodiformes	Trochilidae	LC	74
	Orejivioleta Ventriazul	*Colibrí coruscans*	Apodiformes	Trochilidae	LC	15
	Picoespina Dorsiazul	*Chalcostigma stanleyi*	Apodiformes	Trochilidae	LC	6
	Rayito Brillante	*Aglaeactis cupripennis*	Apodiformes	Trochilidae	LC	4
	Colibrí Gigante	*Patagonas gigas*	Trochiliformes	Trochilidae	LC	3
	Alazafiro Grande	*Pterophanes cyanopterus*	Apodiformes	Trochilidae	LC	2
	Cinclodes Piquigrueso	*Cinclodes excelsior*	Passeriformes	Furnariidae	LC	16
	Chungüi Alicastaño	*Cinclodes albidiventris*	Passeriformes	Furnariidae	LC	8

Canastero Dorsilistado	*Asthenes wyatti*	Passeriformes	Furnariidae	LC	5
Tijeral Andino	*Leptasthenura andicola*	Passeriformes	Furnariidae	LC	2
Gavilán Americano	*Accipiter striatus*	Accipitriformes	Accipitridae	LC	2
Águila Pechinegra	*Geranoaetus melanoleucus*	Accipitriformes	Accipitridae	LC	2
Gavilán Variable	*Geranoaetus polyosoma*	Accipitriformes	Accipitridae	LC	1
Aguilucho Cenizo	*Circus cinereus*	Falconiformes	Accipitridae	LC	2
Semillero Paramero	*Catamenia homochroa*	Passeriformes	Thraupidae	LC	10
Pinchaflor Negro	*Diglossa humerali*	Passeriformes	Thraupidae	LC	5
Frigilo Colifajead	*Rhopospina alaudina*	Passeriformes	Thraupidae	LC	2
Semillero Sencillo	*Catamenia inornata*	Passeriformes	Thraupidae	LC	10
Dormilona Gorrillana	*Muscisaxicola alpinus*	Passeriformes	Tyrannidae	LC	8
Tiranolete Barbiblanco	*Mecocerculus (leucophrys*	Passeriformes	Tyrannidae	LC	6
Dormilona Piquipinta	*Muscisaxicola maculirostris*	Passeriformes	Tyrannidae	LC	2
Chingolo	*Zonotrichia capensis*	Passeriformes	Emberizidae	LC	8
Frigilo Plomizo	*Phrygilus unicolor*	Passeriformes	Emberizidae	LC	3
Caracara Curiquingue	*Phalcoboenus carunculatus*	Falconiformes	Falconidae	LC	16
Tortolita Alinegra	*Metriopelia melanoptera*	Columbiformes	Columbidae	LC	2

Golondrina Ventricafé	*Orochelidon murina*	Passeriformes	Hirundinidae	LC	31
Mirlo Grande	*Turdus fuscater*	Passeriformes	Turdidae	LC	10
Candelita de Anteojos	*Myioborus melanocephalus*	Passeriformes	Parulidae	LC	4
Gralaria Leonada	*Grallaria quitensis*	asseriformes	Grallariidae	LC	2
Soterrey Montañés	*Troglodytes solstitialis*	asseriformes	Troglodytidae	LC	1

Fuente: Peña et al., (2024) *Inventario y puntos de avistamiento de aves en la ruta de los Hieleros de la provincia Bolivar, Ecuador.*

Mediante las salidas de campo, y revisión de literatura especializada se logró identificar 7 puntos de interés para el ave turismo. Esta Ruta tiene una distancia de recorrido de 9 Km aproximadamente se estima que entre punto y punto hay cerca de 1,7 Km de distancia. Estos puntos contienen un atractivo turístico cultural y natural de interés, a más de incluir el posible avistamiento de aves nativas del lugar

Tabla 47

Total de visualización de aves en cada transecto de la Ruta de los Hieleros.

Salida 1	Salida 2	Salida 3	Total
Transecto 1: 20 aves	Transecto 1: 39 aves	Transecto 1: 17 aves	76 aves
Transecto 2: 23 aves	Transecto 2: 19 aves	Transecto 2: 24 aves	66 aves
Transecto 3: 15 aves	Transecto 3: 11 aves	Transecto 3: 16 aves	42 aves
Transecto 4: 27 aves	Transecto 4: 8 aves	Transecto 4: 8 aves	43 aves
Transecto 5: 10 aves	Transecto 5: 29 aves	Transecto 5: 38 aves	77 aves
Total, de aves visualizadas en todos los transectos			**304 aves**

En campo con ayuda de la guía de identificación de aves de Ecuador y con las fichas de observación de especies, con audios grabados de aves, con la georeferenciación de cada una y su ubicación altitudinal se determinó las áreas idóneas para mirar avifauna en la Ruta.

Tabla 48

Puntos de avistamiento de la Ruta de los Hieleros, en la comunidad de Quindihua.

PUNTO NRO.	DENOMINACIÓN DEL LUGAR	COORDENADAS UTM WGS 84 17S	ALTITUD	POSIBLES AVES PRESENTES
1	Punto de avistamiento ingreso a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo	9834335,473 736495,39	4.361,52 msnm.	Curinquingue, Tijeral Andino, Colibrí del Chimborazo Cinclodes Piquigrueso, Canastero Dorsilistado, Semillero Sencillo, Frigilo Plomizo, Gralaria Leonada
2	Punto de avistamiento Río Chauppogyo	9833199,369 735783,114	4.199,16 msnm	Colibrí del Chimborazo Cinclodes Piquigrueso, Canastero Dorsilistado Semillero Sencillo, Frigilo Plomizo, Curinquingue, Tortolita Alinegra, Gralaria Leonada
3	Punto de avistamiento Choza Comunal Yana Chuquiragua	9833845,504 734825,211	4.126,38 msnm	Colibrí del Chimborazo Cinclodes Piquigrueso, Canastero Dorsilistado, Semillero Sencillo, Frigilo Plomizo, Curinquingue, Tortolita Alinegra, Gralaria Leonada
4	Punto de avistamiento Bosque Yanasacha	9833815,674 733897,577	4.007,26 msnm	Colibrí del Chimborazo Cinclodes Piquigrueso, Canastero Dorsilistado, Tijeral Andino, Aguilucho Cenizo, Pinchaflor Negro, Semillero Sencillo, Frigilo Plomizo, Curinquingue, Tortolita Alinegra, Candelita de Anteojos, Gralaria Leonada, Semillero Paramero
5	Punto de avistamiento Quebrada Curipaccha	9834952,868 733465,785	3.982,45 msnm	Picoespina Dorsiazul Cinclodes Piquigrueso, Canastero Dorsilistado, Tijeral Andino, Aguilucho Cenizo, Pinchaflor Negro, Frigilo Plomizo, Curinquingue, Tortolita Alinegra, Mirlo Grande Candelita de Anteojos, Gralaria Leonada
6	Punto de avistamiento Río Curipaccha	9834216,239 732692,08	3.652,76 msnm	Golondrina Plomiza, colibrí corruscans, Picoespina Dorsi azul, rayito brillante, Alazafiro Grande Cinclodes Piquigrueso, Canastero

				Dorsilistado, Tijeral Andino, Aguilucho Cenizo, Pinchaflor Negro, Frigilo Plomizo
7	Punto de avistamiento Mirador Playa Urcu	9833788,14 730981,45	3.472,7 msnm	Chingolo Mirlo, colibrí corruscans, rayito brillante, colibrí gigante Alazafiro Grande, Cinclodes Piquigrueso, Canastero Dorsilistado, Tijeral Andino, Águila Pechinegra, Aguilucho Cenizo, Pinchaflor Negro, Tiranolete Barbiblanco, Dormilona Piquipinta, Frigilo Plomizo, Tortolita Alinegra, Candelita de Anteojos, Gralaria Leonada, Soterrey Montañés, Chungüi Alicastaño, Gavilán Americano, Gavilán Variable, Frigilo Colifajeado

Fuente: Peña et al., (2024) *Inventario y puntos de avistamiento de aves en la ruta de los Hieleros de la provincia Bolivar, Ecuador.*

Tabla 49

Itinerario Turístico detallado para el Avistamiento de aves en la ruta de los Hieleros

Fecha de salida: 6-06-2026
Duración: 1 día
Grupo: 20
Modo de pago $: Tarjetas y transferencias aceptadas

Nuestro tour incluye:

- ✓ Transporte ida y vuelta
- ✓ Desayuno en “Chimborazo Rey”
- ✓ Ingreso a la Reserva de la Producción de Fauna Chimborazo
- ✓ Visitas guiadas a los atractivos
- ✓ Almuerzo en la Choza Comunal

No incluye:

- Actividades extras
- Compra de artesanías
- Propinas
- Gastos personales del turismo

Recomendaciones:

- Bloqueador
- Gorra
- Zapatos cerrados, zapatillas
- Ropa ligera y cómoda
- Cambio de ropa

- Camara de fotos
- Agua/ Jugos Hidratantes

Dia 1: Exploración de Atractivos en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

Avistamiento de Flora y Fauna a las faldas del nevado Chimborazo



Mañana
08:00 – 09:00 am: Desayuno en "Chimborazo Rey"
Donde degustaremos la gastronomía local con una magnifica vista hacia el majestuoso nevado Chimborazo.
Desayuno típico con opciones locales (frutas, café, pan entre otras)



09:00 – 09:30: Transporte hacia la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo
Traslado en transporte privado desde el establecimiento hacia la entrada de la reserva.



09:30 – 10:30: Ingreso a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo
Comienzo de la aventura en la reserva, donde se podrá observar la biodiversidad a una altitud de 4361,52 msnm.



10:30- 11:30: Visita a la Vertiente Chaupogyos

Observación de colibríes volando sobre plantas de chuquiragua, ideal para fotografía y el avistamiento de aves.	Chimborazo

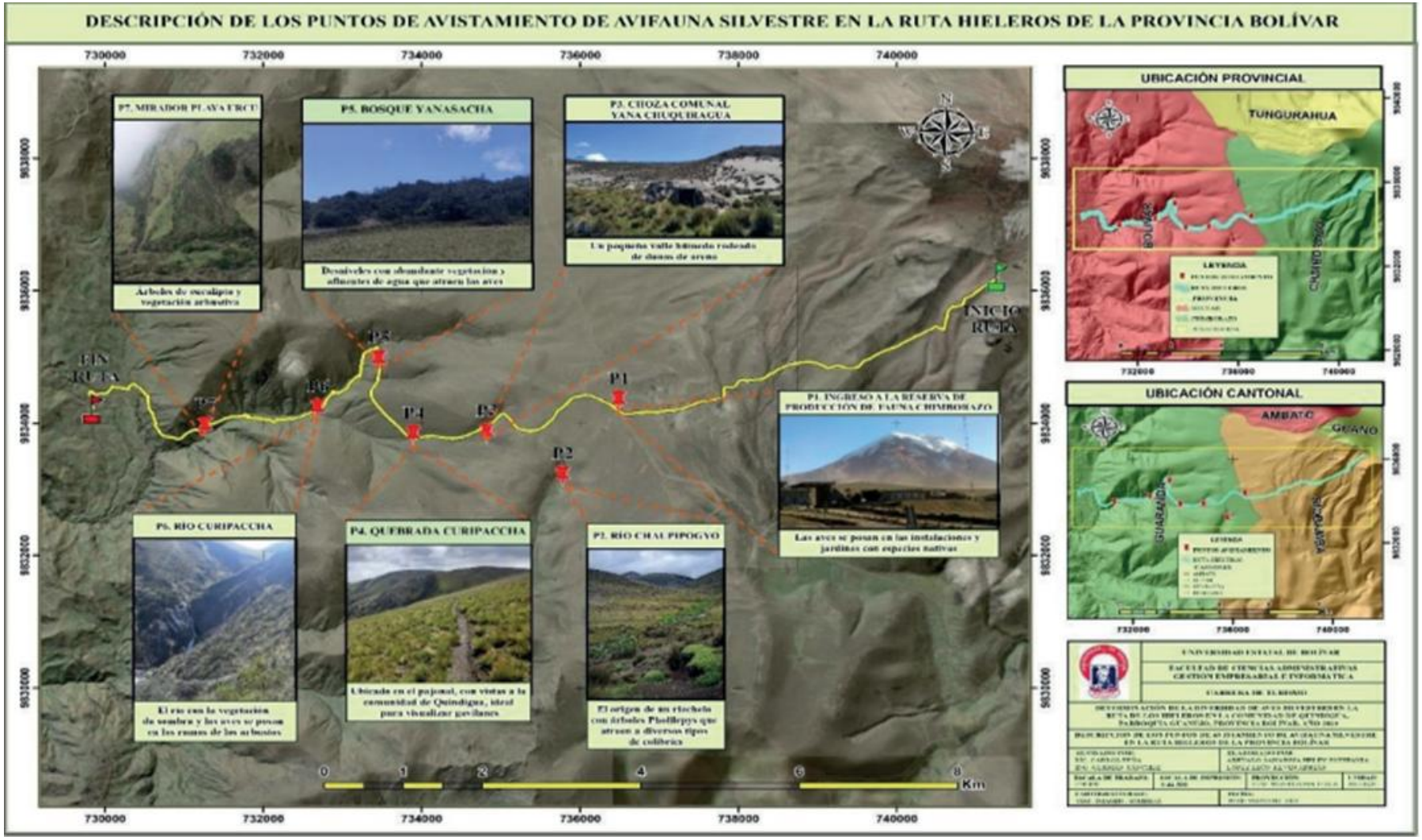
11:30 – 12:00: Choza Comunal
Descanso en la choza comunal, diseñada con materiales locales y techo de paja, perfecta para pernoctar y descansar tras una caminata
Actividad: Charla sobre la cultura local y el uso de materiales de construcción.

Mediodía
12:00 – 13:00: Almuerzo en la Choza Comunal
Almuerzo con platos típicos de la región (sopa, plato fuerte, bebida).
13:00 – 14:00: Visita al Bosque Yanasacha
Exploración al bosque, observación un remanente vegetal estratégico para el avistamiento de flora y el aprovechamiento paisajístico de su cascada.
Tarde
15:00- 16:00: Rio Curipacha
Caminata a lo largo del rio, donde la diversidad de flores y aves endémicas se intensifica.
16:00 – 17:00: Mirador Playa Urcu
Fotografía y el avistamiento del paisaje y observación de aves endémicas, especialmente colibríes; se pueden observar cerca de 21 especies.
Final del día
17:00 – 17:30: Traslado de vuelta a la ciudad de Guaranda

Precio por Pax: $70

Ilustración 3

Mapa de ruta



Fuente: Peña et al., (2024) Inventario y puntos de avistamiento de aves en la ruta de los Hieleros de la provincia Bolivar, Ecuador.

Tabla 50

Trayecto por día del producto Avistamiento de aves en la ruta de los Hieleros.

Dia	Trayecto	Distancia	Tiempo	Características
1	Chimborazo Rey - Reserva Producción Fauna Chimborazo-Vertiente Chaupogyos-Choza Comunal-Bosque Yanasacha-Rio Curipacha-Mirador Playa Urcu	7k 4k 2k 1km 2k	5min 30min 20min 30min 40min	Como punto uno se tomó el ingreso a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. Su altitud es de 4361,52 msnm, este punto esta georreferenciado y representado en el mapa. El punto dos tiene como referencia a una vertiente denominada Chaupogyos en este sitio se resalta la cantidad de colibríes Chimborazo que se pueden apreciar volando sobre plantas de chuquiragua. En el punto tres se halla la choza comunal diseñada con material de la zona, su techo elaborado de paja, este sitio es ideal para pernoctar y descansar luego de una caminata por el sendero. El punto cuatro se encuentra un remanente de Bosque denominado Yanasacha, con presencia de plantas con oferta floral, también se puede disfrutar de una cascada. En el punto cinco esta la quebrada Curipacha aquí se evidencia la presencia de arbustos nativos como el mortiño que son visitados por algunas especies de aves, así como variedades de hongos. El punto seis es el rio Curipacha que se encuentra a menor altitud y la diversidad de flores y de aves se intensifica. Finalmente se halla el mirador de playa Urcu un lugar para fotografiar el paisaje y disfrutar el vuelo de aves especialmente colibríes. En este punto se puede observar cerca de 21 especies. Mientras que en el punto 1 se observa hasta 8 especies. De acuerdo con registros tomados de eBird Bolívar, El Libro de Aves de Ecuador de Ridgely y las observaciones sustentadas en fotografías de las aves (Peña et al., 2024).

Fuente: Peña et al., (2024) *Inventario y puntos de avistamiento de aves en la ruta de los Hieleros de la provincia Bolivar, Ecuador.* Elaborado por: Noaris Zamora 2025-2026.

5.4.3. Desarrollo de estrategias para promocionar los productos turísticos de la Zona Alta de Guanujo.

Tabla 51

Estrategia 1 para la promoción de la zona Alta de Guanujo.

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	RECURSOS	INDICADORES	TIEMPO	PRESUPUESTO ESTIMADO
Marketing Digital y Redes Sociales	Incrementar la visibilidad online de los atractivos turísticos de la zona alta de Guanujo en un 60% en 6 meses	- Desarrollo de plataformas web institucionales - Social Media multiplataformas (Facebook, Instagram, TikTok) - Producción audiovisual (fotos, videos) - Campañas publicitarias digitales segmentadas - SEO y posicionamiento web	- Community Manager - Fotógrafo/videógrafo - GAD Parroquial - Emprendedores locales	- Equipos tecnológicos - Software de diseño - Hosting y dominio - Internet - Drones	- Número de seguidores - Alcance e interacción - Visitas a la web - Tasa de conversión	6 meses	**$4,200.00**

Nota: Desarrollo estrategia 1

Tabla 52

Estrategia 2 para la promoción de la zona Alta de Guanujo.

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	RECURSOS	INDICADORES	TIEMPO	PRESUPUESTO ESTIMADO
2. Diseño de Identidad de Marca y Material Promocional	Crear una identidad visual distintiva que posicione a la zona alta de Guanujo como destino turístico reconocible	- Investigación de mercado y competencia - Diseño de logotipo y manual de marca - Desarrollo de línea gráfica corporativa - Diseño de hojas promocionales (flyers, trípticos) - Creación de merchandising turístico - Registro de marca ante SENADI - Diseño de papelería institucional	- Diseñador gráfico profesional - Agencia de branding - Consultor de marketing - Asesor legal	- Software de diseño profesional - Imprenta especializada - Material promocional - Muestras de merchandising - Tasas legales	- Manual de marca aprobado - Material impreso distribuido - Reconocimiento de marca (encuestas) - Puntos de distribución - Registro legal completado	4 meses	**$3,800.00**

Nota: Desarrollo estrategia 2

Tabla 53

Estrategia 3 para la promoción de la zona Alta de Guanujo.

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	RECURSOS	INDICADORES	TIEMPO	PRESUPUESTO ESTIMADO
3. Alianzas Estratégicas Institucionales	Establecer al menos 5 convenios con instituciones públicas y privadas para fortalecer la promoción turística	- Gestión de convenios con MINTUR, GAD Provincial, universidades - Acuerdos con operadoras turísticas - Vinculación con cámaras de turismo - Alianzas con medios de comunicación - Coordinación con asociaciones comunitarias	- Directiva comunitaria - GAD Parroquial - Representante legal de emprendimientos	- Material promocional - Documentación legal - Movilización	- Número de convenios firmados - Beneficiarios directos - Proyectos conjuntos ejecutados	3 meses	**$1,500.00**

Nota: Desarrollo estrategia 3

Tabla 54

Estrategia 4 para la promoción de la zona Alta de Guanujo

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	RECURSOS	INDICADORES	TIEMPO	PRESUPUESTO ESTIMADO
4. Capacitación en Atención al Cliente y Guianza Turística	Capacitar al 80% de prestadores de servicios turísticos locales en estándares de calidad y hospitalidad	- Talleres de atención al cliente - Curso de guianza turística comunitaria - Capacitación en idiomas (inglés básico) - Formación en primeros auxilios - Certificación de guías locales - Talleres de storytelling turístico	- MINTUR - Universidad Estatal de Bolívar - Facilitadores externos - Cruz Roja - Instructores certificados	- Material didáctico - Espacio físico - Refrigerios - Certificaciones - Equipos audiovisuales - Kits de primeros auxilios	- Número de capacitados - Nivel de satisfacción - Certificaciones obtenidas - Mejora en calificaciones de servicio	4 meses	**$2,800.00**

Nota: Desarrollo estrategia 4

Tabla 55

Estrategia 5 para la promoción de la zona Alta de Guanujo.

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	RECURSOS	INDICADORES	TIEMPO	PRESUPUESTO ESTIMADO
5. Señalética y Material Promocional	Implementar un sistema integral de señalización turística en el 100% de atractivos identificados	- Diseño de señalética interpretativa - Instalación de señales direccionales y preventivas - Elaboración de mapas turísticos - Diseño de folletos y brochures - Creación de material POP (banners, roll-ups) - Señalización vial hacia atractivos	- Diseñador gráfico - GAD Parroquial - Ministerio de Turismo - Comunidad local - Técnico instalador	- Materiales de construcción - Imprenta - Herramientas - Software de diseño - Postes y soportes - Pintura especializada	- Número de señales instaladas - Material distribuido - Puntos de información habilitados	5 meses	**$5,400.00**

Nota: Desarrollo estrategia 5

Tabla 56

Estrategia 6 para la promoción de la zona Alta de Guanujo.

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	RECURSOS	INDICADORES	TIEMPO	PRESUPUESTO ESTIMADO
6. Desarrollo de Productos Turísticos Experienciales	Diseñar e implementar 3 paquetes turísticos temáticos que integren los atractivos de la zona alta	- Inventario detallado de atractivos - Diseño de rutas temáticas (agroturismo, turismo comunitario, ecoturismo) - Estructuración de itinerarios - Fijación de precios competitivos - Pruebas piloto con grupos focales - Creación de experiencias interpretativas	- Planificador turístico - Comunidad local - Operadores turísticos - Estudiantes de turismo - Guías especializados	- Transporte - Material de campo - Software de planificación - Logística - Equipamiento básico - Material interpretativo	- Paquetes diseñados - Pruebas realizadas - Nivel de satisfacción turistas - Ventas generadas	6 meses	**$2,500.00**

Nota: Desarrollo estrategia 6

Tabla 57

Estrategia 7 para la promoción de la zona Alta de Guanujo.

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	RECURSOS	INDICADORES	TIEMPO	PRESUPUESTO ESTIMADO
7. Participación en Ferias y Eventos Turísticos	Participar en al menos 4 ferias turísticas nacionales e internacionales para promocionar los productos de Guanujo	- Identificación de ferias estratégicas - Preparación de stand promocional - Elaboración de material audiovisual - Networking con operadores - Presentaciones y degustaciones gastronómicas - Ruedas de negocios	- Representantes de la comunidad - GAD Provincial - Emprendedores turísticos - Coordinador de eventos	- Stand modular - Material promocional - Transporte - Alojamiento - Muestras gastronómicas - Equipos audiovisuales - Viáticos	-Ferias participadas -Contactos comerciales -Contratos generados - Reconocimiento de marca	12 meses	**$6,800.00**

Nota: Desarrollo estrategia 7

Tabla 58

Estrategia 8 para la promoción de la zona Alta de Guanujo.

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	RECURSOS	INDICADORES	TIEMPO	PRESUPUESTO ESTIMADO
8. Creación de Experiencias Gastronómicas Locales	Posicionar la gastronomía tradicional como elemento diferenciador del producto turístico	- Rescate de recetas ancestrales - Capacitación en manipulación de alimentos - Creación de rutas gastronómicas - Organización de festivales culinarios - Certificación de establecimientos - Creación de recetario turístico	- Asociación de mujeres - Chef instructor - Ministerio de Salud - GAD Parroquial - Nutricionista	- Insumos alimenticios - Equipamiento de cocina - Material de capacitación - Promoción - Uniformes - Vajilla y menaje	- Establecimientos certificados - Eventos realizados - Turistas que consumen gastronomía local - Ingresos generados	8 meses	**$3,500.00**

Nota: Desarrollo estrategia 8

Tabla 59

Estrategia 9 para la promoción de la zona Alta de Guanujo.

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	RECURSOS	INDICADORES	TIEMPO	PRESUPUESTO ESTIMADO
9. Sistema de Calidad y Mejora Continua	Implementar un sistema de evaluación y mejora continua en el 100% de servicios turísticos ofertados	- Diseño de encuestas de satisfacción - Implementación de buzón de sugerencias - Análisis periódico de resultados - Planes de mejora continua - Reconocimientos a buenas prácticas - Auditorías de calidad semestrales	- Coordinador de calidad - Prestadores de servicios - Investigador principal - Auditor externo	- Plataforma digital - Material impreso - Software de análisis - Incentivos y reconocimientos - Materiales de oficina	- Índice de satisfacción - Quejas atendidas - Mejoras implementadas - Fidelización de clientes	Permanente	**$1,200.00**

Nota: Desarrollo estrategia 9

Tabla 60

Cronograma para el desarrollo de estrategias.

CRONOGRAMA GENERAL							
ESTRATEGIAS	**MES 1**	**MES 2**	**MES 3**	**MES 4**	**MES 5**	**MES 6**	**MES 7-12**
Marketing Digital							Mantenimiento
Identidad de Marca							Seguimiento
Alianzas Estratégicas							Seguimiento
Capacitación							Actualización
Señalética							
Productos Experimentales							
Ferias y Eventos							
Gastronomía							
Sistema de Calidad							

Elaborado por: Noaris Zamora 2025-2026.

Tabla 61

Detalles del presupuesto

ESTRATEGIA	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SUBTOTAL	TOTAL, POR ESTRATEGIA
1. Marketing Digital y Redes Sociales	Desarrollo de sitio web	1	$1,200.00	$1,200.00	
	Hosting y dominio anual	1	$180.00	$180.00	
	Community Manager (6 meses)	6	$250.00	$1,500.00	
	Producción audiovisual	1	$800.00	$800.00	
	Publicidad digital (pauta)	6	$120.00	$720.00	
	SUBTOTAL				**$4,200.00**
2. Identidad de Marca	Investigación y concepto de marca	1	$500.00	$500.00	
	Diseño de logotipo y manual	1	$800.00	$800.00	
	Registro de marca SENADI	1	$250.00	$250.00	
	Diseño de hojas promocionales	3	$150.00	$450.00	
	Impresión de material (5000 unidades)	1	$900.00	$900.00	
	Merchandising (llaveros, gorras, camisetas)	500	$2.00	$1,000.00	
	SUBTOTAL				**$3,800.00**
3. Alianzas Estratégicas	Material promocional para reuniones	1	$300.00	$300.00	
	Documentación y legalización	5	$80.00	$400.00	
	Movilización y viáticos	10	$60.00	$600.00	
	Eventos de formalización	2	$100.00	$200.00	
	SUBTOTAL				**$1,500.00**
4. Capacitación	Facilitadores externos (80 horas)	80	$15.00	$1,200.00	
	Material didáctico	30	$20.00	$600.00	
	Refrigerios para participantes	120	$3.00	$360.00	
	Certificaciones	30	$15.00	$450.00	
	Equipamiento para prácticas	1	$190.00	$190.00	

SUBTOTAL					**$2,800.00**
5. Señalética	Diseño de sistema señalético	1	$600.00	$600.00	
	Señales interpretativas	10	$180.00	$1,800.00	
	Señales direccionales	15	$120.00	$1,800.00	
	Mapas turísticos impresos	2000	$0.80	$1,600.00	
	Material POP (banners, roll-ups)	8	$75.00	$600.00	
	SUBTOTAL				**$5,400.00**
6. Productos Experienciales	Levantamiento de información	1	$400.00	$400.00	
	Diseño de paquetes turísticos	3	$300.00	$900.00	
	Pruebas piloto (grupos focales)	4	$200.00	$800.00	
	Material interpretativo	1	$250.00	$250.00	
	Software de gestión	1	$150.00	$150.00	
	SUBTOTAL				**$2,500.00**
7. Ferias y Eventos	Diseño y montaje de stand	4	$600.00	$2,400.00	
	Material promocional	4	$350.00	$1,400.00	
	Transporte y logística	4	$400.00	$1,600.00	
	Alojamiento y viáticos	12	$80.00	$960.00	
	Muestras gastronómicas	4	$110.00	$440.00	
	SUBTOTAL				**$6,800.00**
8. Gastronomía	Capacitación manipulación alimentos	1	$600.00	$600.00	
	Insumos para prácticas	6	$120.00	$720.00	
	Equipamiento básico cocina	1	$800.00	$800.00	
	Festivales gastronómicos	2	$500.00	$1,000.00	
	Diseño e impresión de recetario	1	$380.00	$380.00	
	SUBTOTAL				**$3,500.00**
9. Sistema de Calidad	Plataforma digital de evaluación	1	$400.00	$400.00	
	Diseño de instrumentos	1	$200.00	$200.00	
	Análisis y reportes (12 meses)	12	$35.00	$420.00	
	Reconocimientos y certificados	10	$18.00	$180.00	
	SUBTOTAL				**$1,200.00**

Nota: *En esta tabla se destalla el presupuesto total por cada una de las estrategias***.**

Tabla 62

Resumen Presupuestario

ESTRATEGIA	PRESUPUESTO
Marketing Digital y Redes Sociales	$4,200.00
Diseño de Identidad de Marca y Material Promocional	$3,800.00
Alianzas Estratégicas Institucionales	$1,500.00
Capacitación en Atención al Cliente y Guianza	$2,800.00
Señalética y Material Promocional	$5,400.00
Desarrollo de Productos Turísticos Experienciales	$2,500.00
Participación en Ferias y Eventos Turísticos	$6,800.00
Creación de Experiencias Gastronómicas Locales	$3,500.00
Sistema de Calidad y Mejora Continua	$1,200.00
PRESUPUESTO TOTAL	**$31,700.00**
Imprevistos (10%)	**$3,170.00**
INVERSIÓN TOTAL REQUERIDA	**$34,870.00**

Nota: *Presupuesto total.*

Tabla 63

Fuentes de Financiamiento

FUENTE	PORCENTAJE	MONTO ESTIMADO
GAD Provincial de Bolívar	40%	$13,948.00
MINTUR (Programa de Incentivos)	25%	$8,717.50
GAD Parroquial de Guanujo	15%	$5,230.50
Cooperación internacional/ONG's	10%	$3,487.00
Aporte comunitario (contrapartida)	10%	$3,487.00
TOTAL	**100%**	**$34,870.00**

6. CONCLUSIONES

Con ejecución de trabajo 2025-2026, el diagnóstico de la oferta turística en la zona Alta de Guanujo permitió establecer una línea base sólida mediante el inventario de 9 atractivos estratégicos, donde predominan las manifestaciones naturales de jerarquía I, tales como las cascadas Diablo Tútsu, de Oro o Ishpingo, y el Bosque Yanasacha en las comunidades como Quindihua. l diagnóstico técnico evidencia una dicotomía en el territorio: por un lado, existe un patrimonio biofísico y cultural de altísimo valor donde destacan hitos arqueológicos como el Horno Inca; por otro, se observa una infraestructura incipiente y excesivamente centralizada en puntos específicos como Chimborazo Rey. El análisis cartográfico y la caracterización del área ratifican que, aunque la materia prima para el turismo de aventura y naturaleza es abundante, el entorno aún no logra consolidarse como un producto turístico integral. La transición de 'recurso' a 'producto' competitivo y sostenible depende, por tanto, de una intervención urgente en servicios básicos y en la estructuración de narrativas interpretativas que den valor a los atractivos menos explorados.

La investigación de mercado, realizada mediante el levantamiento de 384 encuestas, determino que la demanda potencial de la Zona Alta de Guanujo proviene principalmente de las provincias de Guayas 21% y Los Rios 12%, conformada por un perfil de adulto joven 26-45 años con formación académicas superior y una marcada preferencia por el turismo de aventura 36% y cultura 22%, estos resultados revelan una oportunidad de mercado critica, dado que el 93% de los encuestados nunca ha visitado el destino, a pesar de mostrar una alta disposición de gasto 97% dispuesto a invertir más de $75 diarios y una clara preferencia por alojamiento tipo cabañas 52%. El estudio de demanda valida la viabilidad del proyecto al identificar un segmento con capacidad adquisitiva que valora la seguridad y la hospitalidad local, pero que condiciona su visita a la mejora

de la accesibilidad vial 88% y a la disponibilidad de información a través de canales digitales y redes sociales 67%.

La estructuración de la propuesta, basada en el Análisis FODA y la integración de criterios de sostenibilidad, permitió diseñar dos productos turísticos de alta competitividad: Aventura Andina, descubre Guanujo" y "Avistamiento de aves en la ruta de los Hieleros". El desarrollo de estos productos logro transformar las debilidades detectadas; como la falta de infraestructura y señalética; en Oportunidades de diferenciación mediante la creación de itinerarios detallados que aprovechan la planta turística existente Chimborazo Rey y el patrimonio inmaterial de las comunidades de la zona alta de GUANUJO como Quindihua. Así mismo, la definición de estrategias de promoción enfocadas en el marketing digital y la participación de ferias provinciales asegura la viabilidad comercial del destino a largo plazo.

La fase final del proyecto también integro un modelo de gestión con una inversión total requerida de $34,870.00. La propuesta demuestra ser viable técnica y financiera al priorizar rubros estratégicos como el marketing digital, la señalética y la participación en ferias, asegurando que la consolidación de la Zona Alta de Guanujo sea sostenible mediante un financiamiento mixto liderado por el GAD Provincial 40% y el MINTUR 25%.

7. RECOMENDACIONES

Dado que el 93% de la demanda potencial aun no conoce Guanujo y que el ecosistema de paramo es frágil, se recomienda establecer un sistema de monitoreo técnico que regule el flujo de visitantes en atractivos de jerarquía 1. Esto evitara que la masificación turística desagrade los recursos naturales, como el Bosque Yanasacha, asegurando que la competitividad del destino no afecte la integridad ecológica a largo plazo.

Para que el beneficio económico sea equitativo, se recomienda integrar formalmente a los productores de leche, papas y habas de Quindihua y Larcoloma como proveedores directos de la planta turística. Esto permitirá que la oferta gastronómica y los productos experienciales diseñados no dependen de insumos externos, reduciendo los costos operativos y maximizando el impacto económico en las familias de la zona alta.

Implementar un mecanismo de evaluación post-visita mediante herramientas digitales (como encuestas por QR o seguimiento en redes sociales) para medir el nivel de satisfacción del turista. Dado que el 32% de los visitantes muestra disposición para regresar si su experiencia inicial es positiva, este sistema permitirá ajustar los itinerarios de “Aventura Andina” y “Ruta de los Hieleros” en tiempo real, garantizando que la hospitalidad local identificada como un punto fuerte con calificación excelente se mantenga como el principal factor de diferenciación frente a otros destinos consolidados.

8. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Arango (2019). *Estrategias de concentración y diversificación en el rendimiento operativo: Análisis del efecto moderador del gobierno corporativo en empresas de la Bolsa Mexicana de Valores.* [Tesis de División de estudio de Posgrado e Investigación, Universidad Autónoma de Tamaulipas]. https://riuat.uat.edu.mx/bitstream/123456789/2105/1/2105.

Cali Cadena, K. M., Delgado Delgado, D. D., Delgado Delgado, D. D., Pilaloa David, W. O., Holguin Burgos, B. P., & Holguin Burgos, B. P. (2023). Diagnóstico FODA como elemento de planeación estratégica de negocios de producción de cacao CCN51 en el Triunfo, Guayas, Ecuador. *Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, *10*(2), 102. https://doi.org/10.46677/compendium.v10i2.1172

Calle, G. J. A., Baque, Q. J. L., & Franco, T. J. F. (2023). *Ciencia y Desarrollo. Universidad Alas Peruanas INVESTIGACIÓN DE MERCADO DESDE UN ENFOQUE MULTIDISCIPLINARIO MARKET RESEARCH FROM A MULTIDISCIPLINARY APPROACH*. http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/index

Chisaguano & Muñoz. (2024). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES "PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA RURAL DE MULALILLO CANTÓN SALCEDO PROVINCIA DE COTOPAXI" Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciada en Ecoturismo*. pag.63.

De la Colina. (2020). *Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico*.

Del Toro Cabrera, A. (2025). Propuesta de una estructura metodológica como guía exhaustiva y detallada para el diseño de rutas turísticas. *Revista Científica Sapientia Technological*, *6*(1), 96–112. https://doi.org/10.58515/039rspt

Ferrero, J. A. (2010). *DEL CALENTAMIENTO GLOBAL AL CAMBIO CLIMÁTICO ¿UNA TEORÍA MÁS?* [Archivo PDF]. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-DelCalentamientoGlobalAlCambioClimaticoUnaTeoriaMa-3800498%20(1).pdf

Fuentes eat al. (2021). Modelo de desarrollo de turismo sostenible para comunidades rurales del cantón Bolívar Sustainable tourism development model for rural communities in Bolivar canton. *Revista Internacional de Gestión, Innovación y Sostenibilidad Turística*, *1*.

García; Torres. (2018). *UISRAEL-EC-MASTER-TURIS-378.242-2018-009*.

Grajales. (2000). *TIPOS DE INVESTIGACION* [Archivo PDF]. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TIPOS_DE_INVESTIGACION_Por_Tevni_Grajale.pdf

Hernández, R., Carlos, S., Collado, F., & Lucio, P. B. (2014). *Fase Profesional DEFINICIONES DE LOS ENFOQUES CUANTITATIVO Y CUALITATIVO, SUS SIMILITUDES Y DIFERENCIAS Métodos y técnicas de investigación social Dirección Ejecutiva del Servicio Profesional Electoral Nacional Programa de Formación y Desarrollo Profesional Electoral Dirección Ejecutiva del Servicio Profesional Electoral Nacional Programa de Formación y Desarrollo Profesional Electoral*. www.elosopanda.com

Leon Falconi. (2019). *ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA QUIMIAG, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO TRABAJO DE TITULACIÓN PROYECTO TECNICO PARA LA TITULACIÓN DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE INGENIERA EN ECOTURISMO*.

Llupart et al. (2022). The tourist supply: theoretical precisions for its analysi. *Encuentros (Maracaibo)*, (16), 406–422. https://doi.org/10.5281/zenodo.6917147

Luna & Zumaeta. (2022). *"RELACIÓN ENTRE LOS FACTORES DEL COMPORTAMIENTO Y EL CONSUMO TURÍSTICO DE LOS JÓVENES QUE REALIZAN TURISMO INTERNO, QUE TIENEN ENTRE 25 A 35 AÑOS Y RESIDEN EN*.

Martinez, J. P., Moya, M., Ocaña, A. S., & Hidalgo, B. S. (2024). Characterization of the supply of alternative tourist attractions: Case Baños de Agua Santa Ecuador. *Revista Ciencia UNEMI*, *17*, 39–53. https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol17iss46.2024pp39-53p

Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. In *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. https://doi.org/10.35622/inudi.b.080

Ministerio de Turismo del Ecuador, MINTUR. B. E.-24 y Guayaquil. E. L. Licuadora. Q.-E.

(2019). *MANUAL ESTRUCTURA DE PRODUCTOS CON BASE A UN ATRACTIVO TURÍSTICO*. www.turismo.gob.ec

Morocho & Ocampo. (2016). *UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO*.

Muntané, J. (2020). *Introducción a la Investigación básica*. https://www.researchgate.net/publication/341343398

Nieto Gonzales, R. S. M. P. (2016). EL TURISMO A NIVEL MUNDIAL. In *International Journal of Scientific Management and Tourism* (Vol. 2, Number 1).

Oswaldo Peña-Guamán, C., Torres-Cadena, J. P., Patricio Sánchez-Chávez, G., Christopher, &, Espinosa-Ruiz, G., & Lima, B. (. (2024). *LOS HIELEROS DE LA PROVINCIA BOLÍVAR, ECUADOR*. *21*(2), 173–187. https://doi.org/10.31381/biotempo.v21i2.6696

Palmero. (2020). *LA ENSEÑANZA DEL COMPONENTE GRAMATICAL: EL MÉTODO DEDUCTIVO E INDUCTIVO*.

PDOTB. (2015). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PROVINCIA BOLIVAR*.

Peña, G. S. L. R. (2023). *MANUAL-de-ETNOBOTANICA*.

Ponce de Leon;, L. (2018). *Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos MANUAL DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS*. www.turismo.gob.ec

Pullotasig. (2025). *PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL*.

Ramírez, O. I., Graciela, H. ;, Jiménez, C., Esther, E., & Martínez, V. (2018). *UN ACERCAMIENTO AL CAPITAL SOCIAL Y AL TURISMO DESDE EL ENFOQUE MIXTO Y MAPEO DE ACTORES*. *4*, 55–73. http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae

Rehkopf, M. (2023). *Qué es la línea base del proyecto en la gestión de proyectos*. https://www.atlassian.com/es/agile/project-management/project-baseline

Rodriguez, R. (2014). *UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA*.

Rojas Eilyn & Llorente Rodolfo. (2025). *Caracterización de la oferta turística del municipio Tamalameque, Cesar*.

Romero, R., Rafael Belloso Chacín Venezuela, U., & Artigas, W. (2008). *LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO ¿VENTAJA O DESVENTAJA COMPETITIVA EN EL SECTOR BANCARIO? * MARKET SEGMENTATION COMPETITIVE ADVANTAGE OR DISADVANTAGE IN THE BANKING SECTOR? *.*

Santos del Valle eat al. (2025). *25-09-*

27_Situación_y_perspectiva_del_Turismo_en_Latinoamérica_–_2025_email[1]. pag 18.

Torreblanca Francisco. (2020). *Estrategias de diversificación: definición y tipos*. https://www.esic.edu/rethink/management/estrategias-de-diversificacion-definicion-y-tipos

Valencia Laaz, I. C., & Pelegrín Entenza, N. (2024). Modelo de gestión para el desarrollo del turismo rural en las parroquias Membrillo y Quiroga, cantón Bolívar. *Revista Internacional de Gestión, Innovación y Sostenibilidad Turística*, *4*(1), 17–30. https://doi.org/10.51260/rigistur.v4i1.487

Villa Ramirez Nancy Mayra; Bohorquez Zavala Jose. (2024). *15_2024*

9. ANEXOS

CRONOGRAMA (GANTT)

TESIS DE GRADO	AÑO 2025								
COMPONENTE / ACTIVIDAD	SEPTIEMBRE-DICIEMBRE								
	1 de septiembre de 2025	Del 2 al 5 de septiembre de 2025	Del 8 al 10 de septiembre de 2025	5 de septiembre de 2025	Del 10 al 12 de septiembre de 2025	Del 15 de septiembre al 10 de octubre de 2025	Del 13 al 17 de octubre de 2025	Del 20 de octubre al 12 de diciembre 2025	Del 15 al 19 de diciembre de 2025
1. Entrega de la denuncia del tema									
2. Análisis de la denuncia del tema y asignación de director y pares académicos									
3. Revisión de la denuncia del tema con los directores y pares académicos									
4. Inscripción de estudiantes en la unidad de integración curricular, incluido el certificado de cumplimiento.									
5. Aprobación de la denuncia del tema, directores y pares académicos									
6. Elaboración del anteproyecto según estructura establecida									
7. Entrega del anteproyecto a la UIC (incluido el certificado de cumplimiento, anexo 4)									
8. Desarrollo del trabajo de integración curricular (proyecto), con asesoramiento de los pares académicos y del director.									
9. Recepción del proyecto con el correspondiente certificado de cumplimiento del 70% para la aprobación de la asignatura Trabajo de Titulación e Integración Curricular con la firma del director.									

PRESUPUESTO
de Presupuesto

Ítem	Precio	Cantidad	Total
Impresiones y oficios y certificados	0,05	12	0,60
Impresiones de fichas de observación directa, entrevistas y encuestas	0,05	300	15,00
Esferos	0,45	2	0,90
Salidas de Campo	15,00	3	45,00
Impresiones del proyecto de titulación	0,10	160	16,00
Notariado	30	1	30
Anillado	2,50	1	2,50
Alimentación	5,00	3	15
Transporte	10,00	3	30
Quema de Cd	5,00	1	5,00
Total			**$160**

Matriz 2. Para trabajar el marco de antecedentes y el marco científico

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	POSTURA ANTECEDENTES	MARCO CIENTÍFICO
Desarrollar una propuesta de productos turísticos que diversifique y consolide el destino en la zona alta de Guanujo.	Analizar la oferta turística de la zona alta de Guanujo para el establecimiento de una línea base en la investigación. Identificar segmentos y preferencias de la demanda mediante investigación de mercado. Estructurar productos con criterios de sostenibilidad y competitividad para la consolidación de la zona como un destino turístico. .	Esta sección examina diversos estudios enfocados en el fortalecimiento y la diversificación del sector turístico en Guanujo. Bajo esta línea, Calle et al. (2023) sostienen que una investigación de mercado con visión multidisciplinaria es esencial para anticipar tendencias y detectar nichos de oportunidad. Complementariamente, la metodología propuesta por Del Toro Cabrera (2025) para el diseño de rutas enfatiza que el éxito del producto depende de un equilibrio entre autenticidad, accesibilidad y sostenibilidad. Por otro lado, Martínez et al. (2024) resaltan el papel de la innovación digital y el uso estratégico de redes sociales como herramientas para elevar la competitividad del destino. Asimismo, se reconoce en la creación de operadoras locales (García & Torres, 2018) un motor de dinamización económica, aunque, como bien señalan Morocho y Ocampo (2016), la transformación de los atractivos en sustentos rentables requiere, de manera imperativa, capacitación técnica y respaldo institucional.	El panorama investigativo sobre el turismo en Ecuador presenta diversas aristas que fundamentan este estudio. Por un lado, Calle et al. (2023) proponen un análisis de mercado bajo una óptica multidisciplinaria, lo cual resulta esencial para entender la complejidad del sector. En cuanto al diseño del producto, Del Toro Cabrera (2025) establece una hoja de ruta metodológica que prioriza la sostenibilidad y la identidad local, elementos que Martínez et al. (2024) también consideran vitales al analizar destinos como Baños de Agua Santa, donde la innovación es el eje de la competitividad. A nivel local, el trabajo de García y Torres (2018) sobre la operatividad en Guaranda complementa el diagnóstico de Morocho y Ocampo (2016) en Guanujo, quienes advierten que el crecimiento económico regional está estrictamente ligado a la profesionalización del servicio y la atención al visitante.

Matriz Instrumentos

Formulación Del Problema	Objetivo General	Objetivos Específicos	Tipo De Investigación	Enfoque	Técnicas	Instrumentos	Actividades
¿Cómo diversificar la oferta turística en la zona alta de Guanujo para consolidarlo como un destino sostenible y competitivo?	Desarrollar una propuesta de productos turísticos que diversifique y consoliden el destino en la zona alta de Guanujo.	Analizar la oferta turística de la zona alta de Guanujo para el establecimiento de una línea base en la investigación. Identificar segmentos y preferencias de la demanda mediante investigación de mercado. Estructurar productos con criterios de sostenibilidad y competitividad para la consolidación de la zona como un destino turístico.	Se utiliza este enfoque exploratorio descriptiva y propositiva para identificar los aspectos clave de los atractivos y prestadores, y un análisis descriptivo para caracterizarlos detalladamente. En cuanto a identificar segmentos y preferencias de la demanda mediante investigación de mercado, se empleará una combinación de investigación documental y de campo, buscando información en bases de datos existentes y analizando tendencias que faciliten la segmentación del mercado. Finalmente, para estructurar productos y rutas turísticas visibles con criterios de sostenibilidad y gestión del destino, llevaré a cabo una investigación no experimental que me permitirá observar las dinámicas actuales sin intervenir, complementada con un análisis descriptivo que caracterice los productos y rutas desde una perspectiva de sostenibilidad.	Se basa en un enfoque mixto ya que se justificará por la necesidad de obtener una comprensión integral y multidimensional del fenómeno turístico que se estudiará. Para evaluar el potencial del destino, se optó por un análisis integrativo que combina la precisión estadística con la riqueza del testimonio directo. Mientras las encuestas permitieron definir el perfil del turista y sus demandas, las herramientas cualitativas abrieron un espacio de diálogo con los proveedores para comprender los desafíos reales de la zona. En el diseño de los productos turísticos, la sostenibilidad actúa como el eje transversal, utilizando la retroalimentación de los participantes para garantizar que el desarrollo no comprometa los recursos naturales. El uso de este enfoque mixto permite que los hallazgos tengan un sustento empírico robusto, orientado a consolidar un modelo de gestión turística que sea tanto competitivo como responsable.	El desarrollo metodológico de esta tesis se fundamenta en la complementariedad de los métodos inductivo y deductivo. La fase de diagnóstico de atractivos se apoya en la deducción, partiendo de la teoría general para evaluar la realidad de los prestadores de servicios. Paralelamente, la investigación de mercado sigue una ruta inductiva, donde el análisis empírico de las preferencias del turista sirve de base para generar perfiles de demanda consolidados. Finalmente, la fase de diseño de productos turísticos vuelve a la deducción, empleando marcos teóricos de sostenibilidad como filtros técnicos que orientan la estructuración de las	-Ficha de observación -Ficha de entrevista Cuestionario Ficha de análisis FODA	Ficha de salida de campo actores / prestadores de servicios turísticos locales. Encuesta per sección del turista Rango Generación Nivel de educación Percepción de la oferta turística de la zona alta Guanujo Motivación y preferencia de viaje Intereses y potencial de nuevas líneas de turismo Expectativas y sostenibilidad

					rutas. Este cruce de métodos asegura que el estudio no solo sea teóricamente robusto, sino que esté profundamente anclado en los datos específicos de la zona alta de Guanujo		

Instrumentos recolección de datos (Ficha de entrevista MINTUR, Cuestionario mercado potencial)

Tema: Turismo en la zona alta de Guanujo; Análisis para la diversificación y consolidación del destino, año 2025.

Objetivo: Analizar la oferta turística de la zona alta de Guanujo para el establecimiento de una línea base en la investigación.

PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS LOCALES

Formulario N°:_____ **Fecha:** _____/_____/_____
Investigadora: Noaris Zamora Mero.

<table>
<tr><td>Nombre del establecimiento</td><td colspan="6"></td></tr>
<tr><td rowspan="2">Ubicación</td><td>Dirección</td><td colspan="5"></td></tr>
<tr><td>Coordenadas</td><td colspan="2">X(7…):</td><td colspan="3">Y(9..):</td></tr>
<tr><td>Contacto telefónico</td><td colspan="6"></td></tr>
<tr><td colspan="2">Capacidad turística (alojamiento, alimentos y bebidas, intermediación turística, parque de atracciones</td><td colspan="5"></td></tr>
<tr><td>En el atractivo</td><td colspan="6"></td></tr>
<tr><td>En zona alta de Guanujo</td><td></td><td colspan="3">Chimborazo</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>Número de Habitaciones</td><td></td><td colspan="3">Número de Mesas</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>Detalles</td><td>Valor</td><td colspan="3">Detalles</td><td colspan="2">Valor</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td colspan="3"></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td colspan="3"></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td colspan="3"></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td colspan="3"></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td colspan="3"></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="3">Número de plazas (capacidad de carga del establecimiento)</td><td colspan="4"></td></tr>
<tr><td>Agencia de viajes</td><td>Mayorista</td><td colspan="2"></td><td>Operadoras</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>Guía</td><td>Local</td><td></td><td>Nacional</td><td></td><td>Especializado</td><td></td></tr>
<tr><td>Alquiler y venta de equipo especializado</td><td colspan="2"></td><td colspan="3">Venta de artesanías y merchandising</td><td></td></tr>
<tr><td>Casa de cambio</td><td colspan="2"></td><td colspan="3">Cajero automático</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="7">Problemas turísticos identificados</td></tr>
<tr><td colspan="7"></td></tr>
</table>

Tema: Turismo en la zona alta de Guanujo; Análisis para la diversificación y consolidación del destino, año 2025.

Objetivo: Identificar segmentos y preferencias de la demanda mediante investigación de mercado.

ENCUESTA PERCEPCIÓN DEL TURISTA

Encuesta N°: _____ **Fecha:** _____/_____/_____
Investigadora: Noaris Zamora Mero.

Sección 1. Datos generales del visitante							
1.1. Lugar de procedencia							
Provincia		Cantón		Internacional		País	
1.2. Rango de edad							
18 a 25 años		26 a 35 años					
36 a 45 años		46 a 65 años					
Más de 65 años							
1.3. Género							
Masculino		Femenino		Otro			
1.4. Nivel de educación							
Bachiller		Tercer nivel					
Cuarto nivel		Sin estudios					
1.5. Ocupación principal							
Estudiante universitario		Empleado privado					
Empleado público		Emprendedor					
Sin empleo							
1.6. ¿Ha visitado antes la zona alta de Guanujo?							
Si		No					
¿Cuántas veces?							
Última visita							
En caso de ser afirmativa la respuesta, responda la sección 2. En caso de ser negativa la respuesta, pase a la sección 3.							

Sección 2. Percepción de la oferta turística de la zona alta de Guanujo					
2.1. Evalúe de 1 (muy deficiente) a 5 (excelente)					
Criterio	1 Muy deficiente	2 Deficiente	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente
Limpieza y conservación de atractivos					
Señalización y accesibilidad					
Seguridad para el turista					
Atención y hospitalidad local					
Calidad de servicios turísticos (alojamiento, alimentos y bebidas, guianza)					
Promoción e información disponible					

Sección 3. Motivaciones y preferencias de viaje			
3.1. Principal motivo de viaje turístico			
Naturaleza		Cultura y tradiciones	
Gastronomía		Aventura	
Descanso		Trabajo / Estudio	
Otro			
3.2. ¿Con quién viaja normalmente a hacer turismo?			
Solo		En pareja	
Con familia		Con amigos	
En grupo organizado (Tour Operadora)			
3.3. ¿Cuánto tiempo promedio dedica al viaje de turismo?			
1 día		2–3 días	
4–5 días		Más de 5 días	
3.4. Medio de transporte que utiliza con mayor frecuencia para hacer turismo:			
Vehículo propio		Bus	
Operadora turística		Motocicleta / bicicleta	
Otro			
3.5. ¿Cuánto invierte aproximadamente en su viaje de turismo por día y por persona?			
Menos de $25,00		$25,00 a $50,00	
$51,00 a $75,00		Más de $75,00	
3.6. ¿En qué lugar prefiere hospedarse?			
Cabañas		Lodge	
Hotel		Camping	
Pensiones			
3.7. ¿Cuál es el medio de pago de su preferencia?			
Transferencia bancaria		Tarjeta de crédito	
Efectivo		Tarjeta de debito	
Otros			

Sección 4. Intereses y potencial de nuevas líneas de turismo			
4.1. ¿Qué tipo de experiencias le gustaría vivir en la zona Alta de Guanujo? (puede seleccionar 3 opciones)			
Turismo de naturaleza (senderismo por naturaleza, cascadas, páramos, montañas)		Turismo de aventura (trekking con acampada, ciclismo, trail running)	
Turismo cultural (fiestas tradicionales, artesanías, gastronomía, historia)		Turismo comunitario (experiencia vivencial con comunidades locales)	
Agroturismo (visita a fincas, consumo de productos locales, cosecha, entre otros)		Turismo rural o de descanso	
		Otro	
4.2. ¿Qué factores considera que más destacarían a la zona alta de Guanujo como destino turístico? (puede seleccionar 2 opciones)			
Paisajes naturales		Gastronomía tradicional	
Fiestas tradicionales		Cultura y tradiciones vivas	
Clima y tranquilidad		Otro	
4.3. Para que usted se interese por visitar la zona alta de Guanujo ¿Qué aspectos cree usted relevante para fomentar el turismo en la zona? (puede seleccionar 2 opciones)			
Accesibilidad vial		Señalización y servicios básicos	
Capacitación en atención al turista		Promoción turística digital	
Limpieza y conservación ambiental		Seguridad	

Otro	

Sección 5. Expectativas y sostenibilidad				
5.1. ¿Estaría dispuesto(a) a pagar por experiencias turísticas que integren:				
Productos locales y gastronomía tradicional	Si		No	
Actividades con comunidades rurales	Si		No	
Guianza interpretativa (historia, cultura, naturaleza)	Si		No	
5.2. ¿Qué medio prefiere para informarse sobre destinos turísticos?				
Redes sociales			Páginas web oficiales	
Recomendaciones			Agencias / Tour Operadoras	
Otro				
5.3. Con lo antes expuesto en esta encuesta, estaría dispuesto(a) a:				
Visitar la zona alta de Guanujo	Si		No	
Planificar la visita nuevamente a la zona alta de Guanujo	Si		No	
Recomendar la visita a la zona alta de Guanujo a otras personas	Si		No	

¡Gracias por su colaboración!

IMÁGENES

Imagen 1

Salida de campo para estudio de mercado

Lugar de encuesta primer Refugio Hermanos Carrel (Llenado de fichas manual)



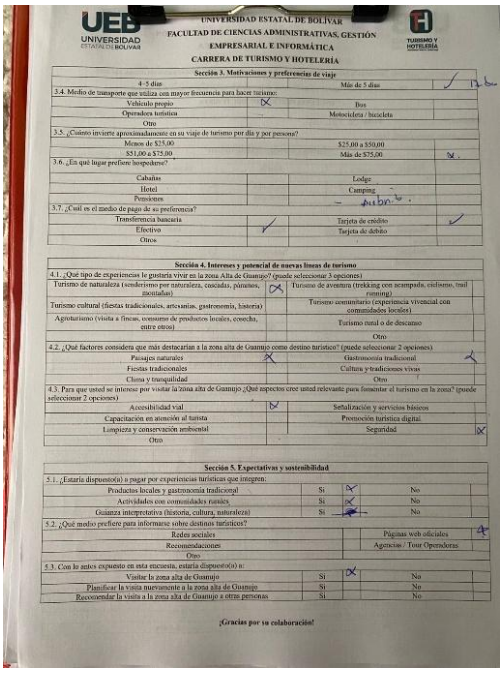


Imagen 2 Encuestas a turistas





Imagen 3 Fichas manual



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

Sección 3. Motivaciones y preferencias de viaje

4–5 días		Más de 5 días	✓

3.4. Medio de transporte que utiliza con mayor frecuencia para hacer turismo:

Vehículo propio	X	Bus	
Operadora turística		Motocicleta / bicicleta	
Otro			

3.5. ¿Cuánto invierte aproximadamente en su viaje de turismo por día y por persona?

Menos de $25,00		$25,00 a $50,00	
$51,00 a $75,00		Más de $75,00	X

3.6. ¿En qué lugar prefiere hospedarse?

Cabañas		Lodge	
Hotel		Camping	
Pensiones		Ninguno	

3.7. ¿Cuál es el medio de pago de su preferencia?

Transferencia bancaria		Tarjeta de crédito	✓
Efectivo	✓	Tarjeta de débito	
Otros			

Sección 4. Intereses y potencial de nuevas líneas de turismo

4.1. ¿Qué tipo de experiencias le gustaría vivir en la zona Alta de Guanujo? (puede seleccionar 3 opciones)

Turismo de naturaleza (senderismo por naturaleza, cascadas, páramos, avistaje)	X	Turismo de aventura (trekking con acampada, ciclismo, trail running)	
Turismo cultural (fiestas tradicionales, artesanías, gastronomía, historia)		Turismo comunitario (experiencia vivencial con comunidades locales)	
Agroturismo (visita a fincas, consumo de productos locales, cosecha, entre otros)		Turismo rural o de descanso	
		Otro	

4.2. ¿Qué factores considera que más destacarían a la zona alta de Guanujo como destino turístico? (puede seleccionar 2 opciones)

Paisajes naturales	X	Gastronomía tradicional	X
Fiestas tradicionales		Cultura y tradiciones vivas	
Clima y tranquilidad		Otro	

4.3. Para que usted se interese por visitar la zona alta de Guanujo ¿Qué aspectos cree usted relevante para fomentar el turismo en la zona? (puede seleccionar 2 opciones)

Accesibilidad vial	X	Señalización y servicios básicos	
Capacitación en atención al turista		Promoción turística digital	
Limpieza y conservación ambiental		Seguridad	X
Otro			

Sección 5. Expectativas y sostenibilidad

5.1. ¿Estaría dispuesto(a) a pagar por experiencias turísticas que integren:

Productos locales y gastronomía tradicional	Si	X	No
Actividades con comunidades rurales	Si	X	No
Guianza interpretativa (historia, cultura, naturaleza)	Si		No

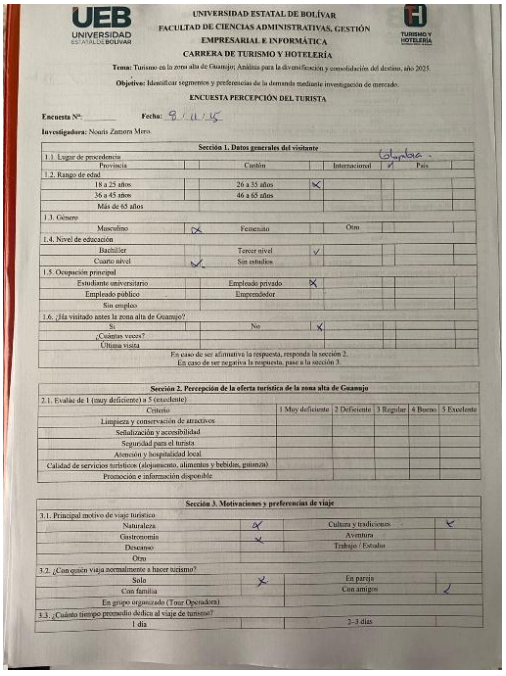
5.2. ¿Qué medio prefiere para informarse sobre destinos turísticos?

Redes sociales		Páginas web oficiales	4
Recomendaciones		Agencias / Tour Operadoras	
Otro			

5.3. Con lo antes expuesto en esta encuesta, estaría dispuesto(a) a:

Visitar la zona alta de Guanujo	Si	X	No
Planificar la visita nuevamente a la zona alta de Guanujo	Si		No
Recomendar la visita a la zona alta de Guanujo a otras personas	Si		No

¡Gracias por su colaboración!



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

Tema: Turismo en la zona alta de Guanujo; Análisis para la diversificación y consolidación del destino, año 2025.

Objetivo: Identificar segmentos y preferencias de la demanda mediante investigación de mercado.

ENCUESTA PERCEPCIÓN DEL TURISTA

Encuesta Nº: _____ **Fecha:** 9/11/25

Investigadora: Nouris Zamora Mora.

Sección 1. Datos generales del visitante

1.1. Lugar de procedencia

Provincia		Cantón		Internacional	País

1.2. Rango de edad

18 a 25 años		26 a 35 años	X
36 a 45 años		46 a 65 años	
Más de 65 años			

1.3. Género

Masculino	X	Femenino	Otro

1.4. Nivel de educación

Bachiller		Tercer nivel	✓
Cuarto nivel	✓	Sin estudios	

1.5. Ocupación principal

Estudiante universitario		Empleado privado	X
Empleado público		Emprendedor	
Sin empleo			

1.6. ¿Ha visitado antes la zona alta de Guanujo?

Si		No	X

¿Cuantas veces?

Última visita

En caso de ser afirmativa la respuesta, responda la sección 2.
En caso de ser negativa la respuesta, pase a la sección 3.

Sección 2. Percepción de la oferta turística de la zona alta de Guanujo

2.1. Evalúe de 1 (muy deficiente) a 5 (excelente)

Criterio	1 Muy deficiente	2 Deficiente	3 Regular	4 Bueno	5 Excelente
Limpieza y conservación de atractivos					
Señalización y accesibilidad					
Seguridad para el turista					
Atención y hospitalidad local					
Calidad de servicios turísticos (alojamiento, alimentos y bebidas, guianza)					
Promoción e información disponible					

Sección 3. Motivaciones y preferencias de viaje

3.1. Principal motivo de viaje turístico

Naturaleza	X	Cultura y tradiciones	✓
Gastronomía	X	Aventura	
Descanso		Trabajo / Estudio	
Otro			

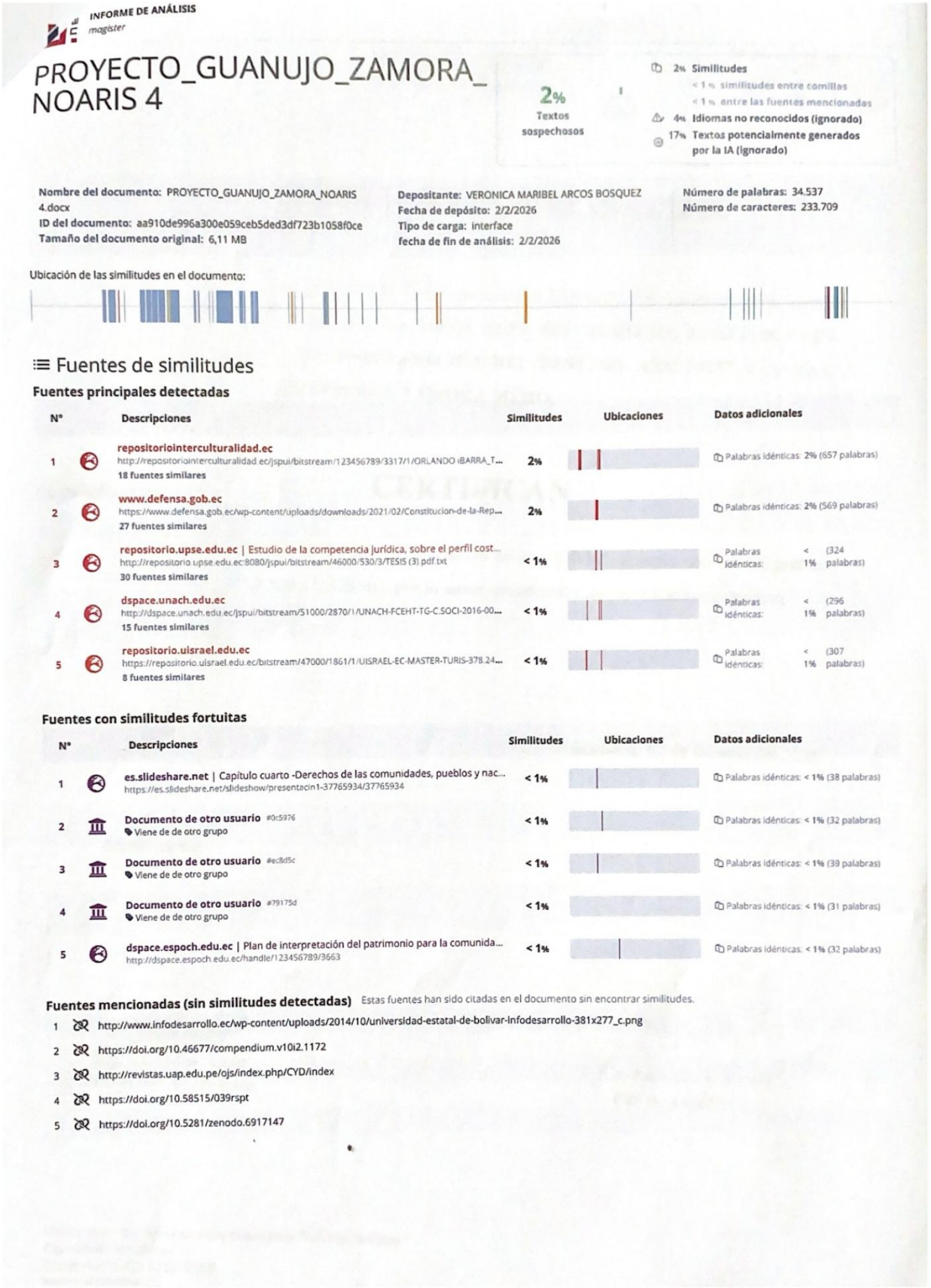
3.2. ¿Con quién viaja normalmente a hacer turismo?

Solo	X	En pareja	
Con familia		Con amigos	✓
En grupo organizado (Tour Operadora)			

3.3. ¿Cuánto tiempo promedio dedica al viaje de turismo?

1 día		2–3 días	

Imagen 4 Compilatio



INFORME DE ANÁLISIS
magister

PROYECTO_GUANUJO_ZAMORA_NOARIS 4

2% Textos sospechosos

2% Similitudes
< 1 % similitudes entre comillas
< 1 % entre las fuentes mencionadas
4% Idiomas no reconocidos (ignorado)
17% Textos potencialmente generados por la IA (ignorado)

Nombre del documento: PROYECTO_GUANUJO_ZAMORA_NOARIS 4.docx
ID del documento: aa910de996a300e059ceb5ded3df723b1058f0ce
Tamaño del documento original: 6,11 MB

Depositante: VERONICA MARIBEL ARCOS BOSQUEZ
Fecha de depósito: 2/2/2026
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 2/2/2026

Número de palabras: 34.537
Número de caracteres: 233.709

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes de similitudes

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositoriointerculturalidad.ec http://repositoriointerculturalidad.ec/jspui/bitstream/123456789/3317/1/ORLANDO IBARRA_T... 18 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (657 palabras)
2	www.defensa.gob.ec https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Rep... 27 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (569 palabras)
3	repositorio.upse.edu.ec | Estudio de la competencia jurídica, sobre el perfil cost... http://repositorio.upse.edu.ec:8080/jspui/bitstream/46000/530/3/TESIS (3).pdf.txt 30 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (324 palabras)
4	dspace.unach.edu.ec http://dspace.unach.edu.ec/jspui/bitstream/51000/2870/1/UNACH-FCEHT-TG-C.SOCI-2016-00... 15 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (296 palabras)
5	repositorio.uisrael.edu.ec https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/1861/1/UISRAEL-EC-MASTER-TURIS-378.24... 8 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (307 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	es.slideshare.net | Capítulo cuarto -Derechos de las comunidades, pueblos y nac... https://es.slideshare.net/slideshow/presentacin1-37765934/37765934	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (38 palabras)
2	Documento de otro usuario #0c5976 Viene de de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (32 palabras)
3	Documento de otro usuario #ec8d5c Viene de de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (39 palabras)
4	Documento de otro usuario #79175d Viene de de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (31 palabras)
5	dspace.espoch.edu.ec | Plan de interpretación del patrimonio para la comunida... http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/3663	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (32 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1 http://www.infodesarrollo.ec/wp-content/uploads/2014/10/universidad-estatal-de-bolivar-infodesarrollo-381x277_c.png
2 https://doi.org/10.46677/compendium.v10i2.1172
3 http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/index
4 https://doi.org/10.58515/039rspt
5 https://doi.org/10.5281/zenodo.6917147