UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO/A EN TURÍSMO Y HOTELERÍA.

FORMA: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

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

AUTOR(A) (ES):

MELANIE GABRIELA REA MANOBANDA

JISSENIA JUDITH QUINALOA GUALLI

DIRECTOR (A):

Dr. JUAN PABLO TORRES CADENA

GUARANDA - ECUADOR

2025

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a dios por darme salud, sabiduría y fuerza en cada paso de mi vida cotidiana y académica, a mis padres por siempre apoyarme en el trascurso de mi vida ya que son pilares fundamentales de los cuales siempre me apoyare para salir a delante, mis hermanos los que se encargaron de sacarme una sonrisa en medio de tanta preocupación.

Melanie Gabriela Rea Manobanda

Agradezco en primer lugar a Dios por brindarme vida, salud y fortaleza necesaria para culminar esta etapa muy importante en mi proceso académico, a mis padres y hermanos por su amor, apoyo incondicional y confianza en cada paso transcurrido, ellos han sido un pilar y motivación fundamental constante para impulsarme a no rendirme en los momentos más difíciles que he tenido, para alcanzar esta meta. Expreso mi más sincero agradecimiento a mi tutor Juan Pablo Torres Cadena, por su guía y tiempo, paciencia, conocimiento y orientación brindados durante el desarrollo de este trabajo, a mis docentes por compartirme sus enseñanzas a lo largo de mi carrera, por su apoyo y compañía y hacer de esta etapa una experiencia inolvidable. Agradezco de manera especial a mi amigo Luis Borja, por su apoyo incondicional, motivación constante y ayuda desinteresada durante toda mi carrera, brindándome ánimo y confianza en cada etapa del proceso.

Jissenia Judith Quinaloa Gualli

DEDICATORIA

Conferimos esta dedicatoria al director de investigación titulada: Planificación y gestión del turismo comunitario y rural en la zona alta de las parroquias Guanujo y Simiátug, cantón Guaranda, provincia Bolívar; con número de resolución de aprobación rcu-003 - 2025 -039. Por darnos la oportunidad de levanta información en la zona alta de Simiátug, el cual nos ayudó a fortalecer nuestros conocimientos y habilidades de comunicación con los pobladores de la zona.

Melanie Gabriela Rea Manobanda

Dedico el presente trabajo, en primer lugar, a mi familia, por su apoyo incondicional, comprensión constante a lo largo de mi formación académica, su confianza, consejos y motivación fueron fundamentales para no rendirme ante las dificultades y seguir adelante hasta alcanzar esta meta, también, dedico este logro aquellas personas que de alguna u otra manera, contribuyeron con su aliento, tiempo y palabras de ánimo durante el desarrollo de este trabajo, siendo un apoyo importante tanto en el ámbito académico como personal.

Jissenia Judith Quinaloa Gualli

CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
TURISMO Y HOTELERÍA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Dr. Juan Pablo Torres Cadena, Ing. Germán Patricio Sánchez Chávez e Ing. Verónica Maribel Arcos Bósquez, en su orden Director y Pares Académicos del Trabajo de Integración Curricular "Turismo en la zona alta de Simiátug: análisis para la diversificación y consolidación del destino, año 2025" desarrollado por las señoritas Melanie Gabriela Rea Manobanda y Jissenia Judith Quinaloa Gualli.

CERTIFICAN

Que, luego de haber revisado el Trabajo de Integración Curricular en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la carrera TURISMO Y HOTELERÍA, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

Guaranda, 28 de enero del 2026

Dr. Juan Pablo Torres Cadena
Director

Ing. Germán Patricio Sánchez Chávez
Par Académico

Ing. Verónica Maribel Arcos Bósquez
Par Académico

DERECHOS DE COPILATIO

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
TURISMO Y HOTELERÍA

DR. JUAN PABLO TORRES CADENA EN CALIDAD DE DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR,

CERTIFICA

Que el trabajo de integración curricular denominado "**Turismo en la zona alta de Simiátug: análisis para la diversificación y consolidación del destino, año 2025**", presentado por Melanie Gabriela Rea Manobanda y Jissenia Judith Quinaloa Gualli de la **carrea de Turismo y Hotelería** ha sido analizado por el sistema **COMPILATIO,** reflejado como resultado un 7% de coincidencia no intencional como se puede evidenciar en el documento adjunto.

Guaranda, 28 de enero del 2026

Atentamente,

Dr. Juan Pablo Torres Cadena
Director

DERECHOS DE AUTOR

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Nosotras Melanie Gabriela Rea Manobanda y Jissenia Judith Quinaloa Gualli portadores de la Cédula de Identidad No 0250293842 y 0202166484 en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: Turismo en la zona alta de Simiátug: 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 nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, 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.

Las autoras declaran 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.

Melanie Gabriela Rea Manobanda



Melanie Gabriela Rea Manobanda

Jissenia Judith Quinaloa Gualli



Jissenia Judith Quinaloa Gualli

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

INDICE DEL CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN _____ i

AGRADECIMIENTO _____ii

DEDICATORIA _____ iii

CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN _____ iv

DERECHOS DE COPILATIO _____v

DERECHOS DE AUTOR _____ vi

INDICE DE TABLAS _____xii

INDICE DE ILUSTRACIÓN _____xv

INTRODUCCIÓN _____18

RESUMEN _____20

ABSTRACT _____21

QUECHUA _____22

CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO _____24

1.1 Descripción del Problema _____24

1.2 Formulación del Problema _____26

1.3 Preguntas de Investigación _____26

1.4 Justificación _____27

1.5 Objetivos _____28

1.6 Idea a Defender _____28

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO _____29

2.1 Antecedentes 29

2.2 Científico 32

2.3 Conceptual 34

2.4 Legal 38

2.5 Georreferencial 45

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA 49

3.1 Tipo de Investigación 49

3.1.1 En función del propósito 49

3.1.2 Por su nivel de profundidad 50

3.1.3 Por su tipo de Investigación 51

3.1.4 Diseño de investigación 51

3.1.5 Según el periodo temporal en el que realiza 53

3.2 Enfoque de la investigación 53

3.3 Métodos de Investigación 54

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos 57

3.5 Población y Muestra 60

3.6 Procesamiento de la Información 61

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 63

4.1 Planta turística de la zona alta de Simiátug. 63

4.1.1 Atractivos Turísticos. 63

4.1.2 Alojamiento en Simiátug 72

4.1.3 Establecimiento de alimentos y bebidas en Simiátug 73

4.1.4 Feria de alimentos 75

4.1.5 Trasportes disponibles en Simiátug 77

4.1.6 Complemento de la planta turísticas 78

4.1.7 Operadora Turística 82

4.1.8 Agencia de viaje 83

4.2 Segmentación y las preferencias de la demanda turística en la zona alta de Simiátug 86

CAPITULO V. PROPUESTA 122

5.1. Titulo 122

5.2. Introducción 122

5.3. Objetivos 123

5.4. Desarrollo 123

5.4.1. Matriz FODA para conocer el potencial turístico de la zona 123

5.4.2. Cruze de variable DOFA 124

5.4.3. Ponderación de cruces de variables 125

5.5. Diseñar rutas turísticas basados en los recursos naturales y culturales 127

5.5.1. Ruta turística Energía Andina (Rayo Pamba) 127

5.5.2. Hoja Técnica Diseño de Ruta 128

5.5.3. Propuesta de mejora para el producto turístico 129

5.5.4. Itinerario 130

5.5.5. Guion Turístico 132

5.5.6. Cotización del Paquete Turístico _____133

5.5.7. Hoja Promocional_____134

5.6. Diseñar rutas turísticas basados en los recursos naturales y culturales __136

5.6.1. Ruta turística Caminos de altura (Cocha Colorada)_____136

5.6.2. Hoja Técnica Diseño de Ruta_____136

5.6.3. Propuesta de mejora para el producto turístico _____138

5.6.4. Itinerario_____139

5.6.5. Guion Turístico _____141

5.6.6. Cotización del producto turístico _____143

5.6.7. Hoja Promocional _____144

5.7. Diseñar rutas turísticas basados en los recursos naturales y culturales __145

5.7.1. Ruta turística Sendero de agua viva (El tingo)_____145

5.7.2. Hoja Técnica Diseño de Ruta_____146

5.7.3. Estructura del producto turístico _____147

5.7.4. Itinerario_____148

5.7.5. Guion Turístico _____150

5.7.6. Cotización del producto turístico _____151

5.7.7. Hoja Promocional_____152

5.8. Fusión de los 3 productos turístico de cada comunidad “Senderismo de vida y energía del páramo” _____154

5.8.1. Ruta turística _____154

5.8.2. Hoja Técnica Diseño de Ruta _____155

5.8.2. Estructura del producto turístico _____157

5.8.3. Itinerario _____159

5.8.4. Guion Turístico _____163

5.8.5. Cotización del producto turístico _____167

5.8.6. Hoja Promocional _____168

5.9. Diseño de la marca _____170

CONCLUSIONES: _____173

RECOMENDACIONES: _____174

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS: _____175

ANEXOS: _____188

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Técnicas e instrumentos del objetivo 1*.....59

Tabla 2 *Técnicas e instrumentos del objetivo 2*.....59

Tabla 3 *Técnicas e instrumentos del objetivo 3*.....59

Tabla 4 *Técnica e instrumentos de los objetivos específicos* 62

Tabla 5 *Convivencia cultural comunidad Cocha Colorada*.....64

Tabla 6 *Laguna Galo Cocha* 65

Tabla 7 *Torre "Warmi Roca"* 66

Tabla 8 *Torre "Kari Roca"*.....67

Tabla 9 *Cerro Carbosan*.....68

Tabla 10 *Aguas minerales Jaihoa* 69

Tabla 11 *Cerro Uya Linki*.....70

Tabla 12 *Cascada kishuar*.....71

Tabla 13 *Tabla resumen de la jerarquización de atractivos*.....72

Tabla 14 *Inventario de la planta turística*.....73

Tabla 15 *Inventario de la planta turística Pizzería " Cutahueñito"* 74

Tabla 16 *Catastro de la feria, sección comida*.....76

Tabla 17 *Línea de transporte en Simiátug* 77

Tabla 18 *Inventario del hotel "El Refugio"*.....78

Tabla 19 *Inventario del hostal "kachi Yaku"*.....80

Tabla 20 *Inventario de alimentos y bebidas en Salinas de Guaranda*.....81

Tabla 21 *Inventario de la Operadora Faraliones Tours S.A*.....82

Tabla 22 *Inventario de la Agencia Operativa RUNANDES*.....83

Tabla 23 *Detalles específicos de los lugares de procedencia*.....86

Tabla 24 *Síntesis de los lugares de procedencia*.....87

Tabla 25 *Rango de edad de la demanda turística* *88*

Tabla 26 *Género de la demanda turística* *90*

Tabla 27 *Nivel de educación de la demanda turística* *91*

Tabla 28 *Ocupación principal de la demanda turística* *92*

Tabla 29 *Visita a la zona alta de Simiátug* *93*

Tabla 30 *Cuantas veces visitaron la zona alta de Simiátug* *94*

Tabla 31 *Evaluación a criterios de la oferta turística de la zona alta de Simiátug* *95*

Tabla 32 *Principal motivo de viaje* *97*

Tabla 33 *¿Con quién viaja normalmente a hacer turismo?* *98*

Tabla 34 *Estancia de la demanda turística* *99*

Tabla 35 *Medio de trasporte que utilizan los turistas* *100*

Tabla 36 *Inversión aproximada por viaje* *102*

Tabla 37 *Preferencia de hospedaje* *103*

Tabla 38 *Medio de pago preferido* *104*

Tabla 39 *Experiencias le gustaría vivir en la zona Alta de Simiátug* *105*

Tabla 40 *Factores que consideran destacables en la zona alta de Simiátug* *107*

Tabla 41 *Aspecto relevante para fomentar el turismo en la zona alta de Simiátug* *108*

Tabla 42 *Disposición a pagar por experiencias turísticas* *109*

Tabla 43 *Medio prefiere para informarse sobre destinos turísticos* *111*

Tabla 44 *Planificación para la visita a Simiátug* *112*

Tabla 45 *Resumen general de la encuesta aplicada a la demanda turística* *113*

Tabla 46 *Matriz FODA para la creación de productos turísticos* *123*

Tabla 47 *Estrategias DOFA* *124*

Tabla 48 *Ponderación DOFA* *125*

Tabla 49 *Hoja técnica diseño de ruta Energía Andina* *128*

Tabla 50 *Propuesta de mejora para el producto turístico Energía Andina.....129*

Tabla 51 *Modelo del paquete turístico Energía Andina 130*

Tabla 52 *Determinación de servicios Energía Andina.....130*

Tabla 53 *Cotización del paquete turístico Energía Andina 134*

Tabla 54 *Hoja técnica diseño de ruta Caminos de altura.....137*

Tabla 55 *Propuesta de mejora para el producto Caminos de altura.....138*

Tabla 56 *Modelo del Paquete Turístico Caminos de altura.....139*

Tabla 57 *Determinación de los Servicios Caminos de altura 139*

Tabla 58 *Hoja técnica del diseño de ruta Sendero del agua viva 146*

Tabla 59 *Propuesta de mejora para el producto turístico Sendero del agua viva.....147*

Tabla 60 *Modelo del Paquete Turístico Sendero del agua viva.....148*

Tabla 61 *Determinación de los Servicios Sendero del agua viva 148*

Tabla 62 *Cotización del paquete turístico Sendero del agua viva 152*

Tabla 63 *Hoja técnica del diseño de ruta Senderismo de vida y energía del páramo 155*

Tabla 64 *Propuesta de mejora para el producto turístico Senderismo de vida y energia del páramo 157*

Tabla 65 *Modelo del Paquete Turístico Senderismo de vida y energía del páramo.....158*

Tabla 66 *Determinación de los Servicios Senderismo de vida y energía del páramo 159*

INDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1 *Mapa geográfico de la parroquia Simiátug.* *46*

Ilustración 2 *Lugar de procedencia de la demanda turística* *88*

Ilustración 3 *Rango de edad de la demanda turística* *89*

Ilustración 4 *Género de la demanda turística* *90*

Ilustración 5 *Nivel de educación de la demanda turística* *91*

Ilustración 6 *Ocupación principal de la demanda turística* *92*

Ilustración 7 *Visita a la zona alta de Simiátug* *93*

Ilustración 8 *Cuantas veces visitaron la zona alta de Simiátug* *94*

Ilustración 9 *Evaluación a criterios de la oferta turística de la zona alta de Simiátug* *95*

Ilustración 10 *Principal motivo de viaje* *97*

Ilustración 11 *¿Con quién viaja normalmente a hacer turismo?* *99*

Ilustración 12 *Estancia de la demanda turística* *100*

Ilustración 13 *Medio de trasporte que utilizan los turistas* *101*

Ilustración 14 *Inversión aproximada por viaje* *102*

Ilustración 15 *Preferencia de hospedaje* *103*

Ilustración 16 *Medio de pago preferido* *105*

Ilustración 17 *Experiencias le gustaría vivir en la zona Alta de Simiátug* *106*

Ilustración 18 *Factores que consideran destacables en la zona alta de Simiátug* *107*

Ilustración 19 *Aspecto relevante para fomentar el turismo en la zona alta de Simiátug* *109*

Ilustración 20 *Disposición a pagar por experiencias turísticas* *110*

Ilustración 21 *Medio prefiere para informarse sobre destinos turísticos* *111*

Ilustración 22 *Planificación para la visita a Simiátug* *112*

Ilustración 23 *Ruta Energía Andina* *127*

Ilustración 24 *Itinerario del paquete turistico Energuia Andina* *131*

Ilustración 25 *Hoja promocional Energía Andina* *135*

Ilustración 26 *Ruta Caminos de altura* *136*

Ilustración 27 ..... *140*

Ilustración 28 ..... *144*

Ilustración 29 *Ruta turística Sendero del agua viva* *145*

Ilustración 30 *Itinerario comunidad El Tingo* *149*

Ilustración 31 *Hoja promocional Sendero del agua viva* *153*

Ilustración 32 *Ruta Turística Senderismo de vida y energía del páramo* *154*

Ilustración 33 *Itinerario día 1 Senderismo de vida y energía del páramo* *160*

Ilustración 34 *Itinerario día 2 Senderismo de vida y energía del páramo* *161*

Ilustración 35 *Itinerario día 3 Senderismo de vida y energía del páramo* *162*

Ilustración 36 *Hoja promocional Senderismo de vida y energía del páramo* *169*

Ilustración 37 *Logo para el uso de las 3 comunidades* *170*

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha consolidado como una actividad estratégica para el desarrollo económico, social y cultural de los territorios, especialmente en zonas rurales que poseen una riqueza natural y cultural significativa, en este contexto, la diversificación de la oferta turística se presenta como una alternativa clave para fortalecer destinos emergentes, promover la sostenibilidad y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales, en este caso la zona alta de la parroquia Simiátug, pese a su alto potencial paisajístico, cultural y comunitario, enfrenta limitaciones que han impedido su consolidación como destino turístico, lo que hace necesaria una investigación orientada al análisis y diseño de propuestas que fortalezcan su desarrollo turístico.

El capítulo I, aborda el planteamiento del problema de investigación, contextualizando la situación actual del turismo en la zona alta de Simiátug, presentando la descripción y formulación del problema, las preguntas de investigación, la justificación del estudio, los objetivos generales y específicos, así como la idea a defender, estableciendo las bases que orientan el desarrollo del proceso investigativo y la importancia de diversificar la oferta turística del territorio.

El capítulo II, desarrolla los fundamentos científicos, conceptuales, legales y georreferénciales que sustentan la investigación, analizando antecedentes investigativos relacionados con la diversificación de la oferta y el diseño de productos turísticos, se definen los principales conceptos vinculados al turismo, la sostenibilidad y la gestión del destino, y se presenta el marco legal que regula la actividad turística, permitiendo sustentar teóricamente el estudio realizado en la parroquia Simiátug.

El capítulo III, describe el enfoque metodológico aplicado en la investigación, detallando los tipos y niveles de investigación, el enfoque mixto, los métodos científicos utilizados y las técnicas e instrumentos de recolección de información, así también, se especifican la población y muestra y el procesamiento de los datos, lo que permitió obtener información confiable sobre la oferta turística y las preferencias de la demanda en la zona alta de Simiátug.

El capítulo IV, presenta el análisis de la información obtenida durante el trabajo de campo y la investigación de mercado, donde se expone la caracterización de los atractivos turísticos y prestadores de servicios, así como los resultados relacionados con la segmentación y preferencias de la demanda turística, a partir de estos resultados, se discuten las principales problemáticas, potencialidades y oportunidades del territorio para el desarrollo turístico.

Finalmente, el capítulo V, plantea el diseño de productos turísticos orientados a la diversificación y consolidación del destino en la zona alta de Simiátug, estructurando propuestas turísticas viables con criterios de sostenibilidad, participación comunitaria y gestión del destino, integrando los recursos naturales y culturales del territorio, con el propósito de fortalecer la actividad turística, dinamizar la economía local y posicionar a Simiátug como un destino turístico comunitario.

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo diseñar productos turísticos que contribuyan a la diversificación y consolidación del destino en la zona alta de la parroquia Simiátug, cantón Guaranda, provincia de Bolívar, la metodología aplicada fue de enfoque mixto, con un diseño no experimental y de tipo transversal, utilizando técnicas como la observación directa, entrevistas a actores locales, análisis documental y encuestas dirigidas a la demanda turística, permitiendo caracterizar los atractivos turísticos y prestadores de servicios, así como identificar los segmentos y preferencias de la demanda. Los principales resultados evidenciaron la existencia de recursos naturales y culturales con alto potencial turístico y una preferencia de los visitantes por experiencias de turismo de naturaleza, aventura, convivencia comunitaria, y como medios para informarse prefieren los medios digitales en la toma de decisiones para un viaje, resaltando así la necesidad de fortalecer la promoción y el posicionamiento del destino. Con base en estos descubrimientos, se estructuraron productos turísticos viables que integran los atractivos de las comunidades de Rayo Pamba, Cocha Colorada y El Tingo, incorporando actividades de senderismo, interpretación ambiental, convivencia cultural y observación del paisaje andino, flora y fauna, bajo criterios de sostenibilidad, gestión comunitaria y conservación ambiental. En conclusión, la zona alta de Simiátug cuenta condiciones favorables para el desarrollo del turismo de naturaleza y aventura, siempre y cuando se implementen procesos adecuados de planificación, organización, mejora progresiva de la infraestructura y fortalecimiento de los servicios turísticos. Se recomienda promover la implementación de productos para fortalecer las estrategias de promoción digital del destino.

Palabras claves: Recursos naturales y culturales; Turismo comunitario; Diversificación turística; Productos turísticos; Turismo sostenible; Desarrollo local; Turismo de naturaleza; Simiátug.

ABSTRACT

This research aimed to design tourism products that contribute to the diversification and consolidation of the destination in the highlands of the Simiátug parish, Guaranda canton, Bolívar province. The methodology employed was a mixed-methods approach, with a non-experimental, cross-sectional design. Techniques such as direct observation, interviews with local stakeholders, document analysis, and surveys of tourist demand were used. This allowed for the characterization of tourist attractions and service providers, as well as the identification of demand segments and preferences. The main results demonstrated the existence of natural and cultural resources with high tourism potential and a preference among visitors for nature tourism, adventure tourism, and community-based tourism experiences. Furthermore, visitors prefer digital media for information when making travel decisions, thus highlighting the need to strengthen the promotion and positioning of the destination. Based on these findings, viable tourism products were developed that integrate the attractions of the communities of Rayo Pamba, Cocha Colorada, and El Tingo, incorporating activities such as hiking, environmental interpretation, cultural immersion, and observation of the Andean landscape, flora, and fauna, all under criteria of sustainability, community management, and environmental conservation. In conclusion, the highlands of Simiátug have favorable conditions for the development of nature and adventure tourism, provided that appropriate planning and organizational processes are implemented, infrastructure is progressively improved, and tourism services are strengthened. It is recommended that the gradual implementation of the designed products be promoted and that digital promotion strategies for the destination be strengthened.

Keywords: Natural and cultural resources; Community-based tourism; Tourism diversification; Tourism products; Sustainable tourism; Local development; Nature tourism; Simiátug.

QUECHUA

Kay investigacionqa turismo nisqa rurukuna ruwayta munarqa, chaykunam yanapan chay destinopa imaymana kayninta, takyachiynintapas, Simiátug parroquiapa alto pampankunapi, Guaranda cantón, Bolívar provinciapi. Chay metodología llamkachisqaqa karqan chaqrusqa ruwaykunawan, mana experimental nisqawan, transversal nisqawan. Chaynapim técnicas nisqakuna ruwakurqa, chaykunam kanku: observación directa, entrevistas con los interesados locales, análisis de documentos, encuestas de demanda turística. Chaywanmi permitirqa caracterizacionta atractivos turísticos nisqakuna hinaspa serviciokuna quqkuna, chaynallataqmi riqsichiyta segmentos de demanda nisqakunata hinaspa preferencias nisqakunatapas. Chay hatun ruwaykunam qawarichirqa recursos naturales y culturales nisqakuna kasqanmanta, hatun turismo nisqa atiyniyuq kasqankuta, chaynallataqmi watukuqkunapa aswan munasqankuta turismo natural nisqamanta, turismo de aventura nisqamanta, chaynallataq experiencias turísticas comunitarias nisqamanta. Chaymantapas, watukuqkunam aswan allinta munanku medios digitales nisqakunata willakuykunata tarinankupaq, chaynapi viajanankupaq tanteasqankupi, chaynapim qawachinku mayman risqankupa promocionninta hinaspa posiciónninta kallpanchana kasqanmanta. Chay tarisqankuman hinam ruwakurqa turismo viable nisqa rurukuna, chaykunam hukllawakun Rayo Pamba, Cocha Colorada, El Tingo llaqtakunapa munayninkuna, chaypim churakun ruwaykuna senderismo, interpretación ambiental, inmersión cultural, hinallataq qawariy paisaje andino, flora, fauna nisqakunata, llapanmi criterios de sostenibilidad, gestión comunitaria, conservación ambiental nisqawan. Tukuchinapaqqa, Simiátug llaqtapa alto pampankunaqa allinmi kanku turismo naturaleza nisqapas, aventura nisqapas wiñananpaq, chaypaqmi allin planificación nisqapas, procesos organizativos nisqapas ruwakunman, infraestructura nisqa pisi pisimanta allinchasqa kaptin, servicios turísticos nisqapas kallpanchasqa kaptin. Yuyaychakunmi chay ruwasqa rurukuna pisi pisimanta ruwakuyninta

kallpanchanapaq, chaynallataqmi kallpanchasqa kanan chayman chayanapaq estrategias de promoción digital nisqakunata.

Sapaq simikuna: Recursos naturales y culturales; Ayllupi turismo nisqa; Turismo nisqamanta imaymana ruway; Turismo nisqamanta rurukuna; Turismo sostenible nisqa; Llaqta wiñariy; Naturaleza turismo nisqa; Simiátug.

CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del Problema

Como menciona Bethencourt (2024), el sector turístico internacional ha presentado una realidad ciertamente compleja, afectada por factores geopolíticos y económicos, por una crisis sanitaria sin precedentes, por un cambio de paradigma en la demanda internacional a la que se suman nuevas coordenadas de gestión y tendencias, una mayor conciencia medioambiental consolidación de herramientas propias de la digitalización. Todo ello para dibujar una realidad empresarial y social con un importante grado de incertidumbre, pese a la alta demanda de viajes y experiencias, posiblemente como nunca se había visto.

Además, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (2025), informa que el turismo contribuirá con un récord de $11.7 billones al Producto Interno Bruto mundial, representando el 10.3% del total, se espera que el gasto de los visitantes internacionales alcance los $2.1 billones, superando el récord anterior de $1.9 billones en 2019. Este crecimiento económico resalta la necesidad de diversificar los destinos turísticos para distribuir los beneficios de manera más equitativa.

Al mismo tiempo, los estudios especializados evidencian que la mayoría de los destinos se encuentran en etapas intermedias de su ciclo de vida, sin llegar a consolidarse plenamente como un destino competitivo. El ejemplo de diseño de productos turísticos y diversificación de la oferta es la propuesta del programa de pueblos mágicos en México, demuestra que muchas localidades permanecen en fase de desarrollo y que solo unas pocas han logrado avanzar hacia la consolidación de destino. Este suceso refleja que, a nivel global, los territorios turísticos enfrentan dificultades para sostener estrategias que integren una gestión eficiente, infraestructuras adecuadas y la puesta en valor de sus atractivos esenciales (Rodríguez et al., 2018).

En Ecuador, el turismo en áreas rurales y andinas enfrenta serios problemas relacionados con la falta de diversificación de la oferta turística y la débil consolidación de los nuevos destinos. Si bien el país posee un patrimonio cultural y natural reconocido, gran parte de la actividad turística se concentra en ciudades principales o lugares establecidos como Quito, Cuenca, Galápagos, Guayaquil y Santa Elena, dejando de lado territorios con alto potencial como las comunidades de la Sierra central. Según De Turismo et al. (2025), esta realidad se debe a "la escasez de infraestructura apropiada, la poca formación y educación de los participantes locales en cuestiones de turismo y conservación, la escasa innovación en la propuesta turística y la ausencia de estrategias para la administración turística en la comuna", lo cual impide que destinos alternativos logren posicionarse de manera competitiva frente a mercados nacionales e internacionales.

A nivel nacional, la falta de diversificación turística muestra el mismo patrón de dependencia y fragilidad que define a la economía de Ecuador en general, lo cual se ha sustentado históricamente en recursos primarios y en el caso del turismo, la excesiva concentración en pocos destinos genera riesgos similares, pues limita la distribución equilibrada de beneficios, incrementa la presión sobre lugares ya consolidados y desaprovecha el potencial de regiones evolutivas. Sin embargo, impulsar la diversificación y consolidación de destinos rurales y andinos se convierte en una estrategia clave no solo para dinamizar las economías locales, sino también para contribuir a un modelo de desarrollo turístico en Ecuador que sea más sostenible, inclusivo y resistente (Quezada & Pinargote, 2025).

En la actualidad, la parroquia Simiátug enfrenta diversas problemáticas que limitan su desarrollo turístico y la posibilidad de consolidarse como un destino turismo comunitario, la principal vía de acceso a la parroquia se encuentra en malas condiciones, dificultando el tránsito de los habitantes y turistas, generando así desconocimiento y desinterés por parte de los visitantes. A esta situación se suma la escasa participación e interés de los líderes comunitarios

en temas relacionados con el turismo, dado que su disponibilidad para reuniones o procesos de planificación es limitada, lo que obstaculiza la organización y gestión de proyectos turísticos, considerando que su interés radica en la producción y venta agrícola y ganadera.

Por otro lado, gran parte de la población no reconoce al turismo como una oportunidad de desarrollo económico y social, lo que provoca una falta de motivación para involucrarse en actividades que podrían generar empleo, mejorar los ingresos y fortalecer la identidad cultural, asimismo, la carencia de conocimientos técnicos y de estrategias para promover el turismo, impide aprovechar los recursos naturales y culturales existentes. Para finalizar los atractivos que posee la zona, pese a su alto potencial paisajístico, evidencian un estado de deterioro y desatención, caracterizado por la ausencia de servicios básicos, mantenimiento preventivo, señalización interpretativa y adecuación de sendero, condiciones que reducen su accesibilidad y deterioran la calidad de la experiencia turística.

1.2 Formulación del Problema

¿Cómo diversificar la oferta turística en la zona alta de Simiátug y consolidarla como un destino atractivo, competitivo y sostenible?

1.3 Preguntas de Investigación

¿Qué atractivos turísticos y prestadores de servicios existen, y cuál es su situación actual de aprovechamiento y gestión?

¿Cuáles son las características y preferencias de los turistas potenciales que podrían visitar, y cómo influyen estos aspectos a la planificación de productos turísticos variados?

¿Qué tipos de productos turísticos sostenibles y viables se pueden crear para diversificar la oferta y fortalecer la consolidación del destino?

1.4 Justificación

La presente investigación surgió de la necesidad de diagnosticar la situación actual de la oferta turística en la zona alta de Simiátug, con el propósito de identificar sus atractivos y prestadores de servicio y con ello reconocer las fortalezas y debilidades del destino, de esta manera se buscó diseñar productos turísticos sostenibles que diversifiquen la oferta y respondan a las demandas de los visitantes.

En este sentido su importancia permanece en el aporte de información clave para la toma de decisiones estratégicas orientadas al desarrollo turístico local, mientras que su relevancia se evidenció en la generación de propuestas que fortalecieron las capacidades del territorio y fomentaron una gestión responsable de sus recursos.

Además, presentó un beneficio social al promover el bienestar de la comunidad mediante la generación de empleo, la revalorización de la identidad cultural y el fortalecimiento de la economía local, así mismo ofreció un beneficio práctico, debido a sus resultados constituyeron una herramienta útil para autoridades y prestadores de servicios en la planificación e implementación de estrategias que optimizan la oferta turística, con ello, se aportó un valor teórico al enriquecer el conocimiento sobre turismo comunitario en zonas rurales con fundamentos aplicables a futuras investigaciones.

Los beneficiarios fueron los prestadores de servicio y la comunidad local, quienes obtuvieron oportunidades de desarrollo, mientras que los visitantes accedieron a experiencias auténticas y de calidad contribuyendo así al fortalecimiento turístico del territorio.

1.5 Objetivos

Objetivo General:

Diseñar productos turísticos que diversifiquen y consoliden el destino en la zona alta de Simiátug.

Objetivos específicos:

- Caracterizar atractivos y prestadores para establecer la línea base de la oferta.
- Identificar segmentos y preferencias de la demanda mediante investigación de mercado.
- Estructurar productos turísticos viables con criterios de sostenibilidad y gestión del destino.

1.6 Idea a Defender

A través de la investigación se pretendió diversificar la oferta turística en la zona alta de Simiátug mediante la creación de productos turísticos, puesto que se integraron experiencias culturales y naturales, con el fin de fortalecer la participación comunitaria e impulsar su competitividad y convertirla en un punto referente de destino turístico.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

En esta investigación se presentaron antecedentes investigativos que evidenciaron experiencias significativas en el diseño y la innovación de productos turísticos que fortalecieron la identidad cultural.

A nivel mundial, Carballo Cruz et al. (2023), realizaron investigaciones que abordó la innovación de productos turísticos como factor clave en el desarrollo y la competitividad en el sector turístico de Cuba, el objetivo central de este estudio resaltó la sistematización de la información de productos turísticos, buscando generar ventajas competitivas a través de nuevos y mejorados productos tanto en instalaciones hoteleras como en la oferta complementaria. En cuanto a su enfoque, se implementaron sistemas complejos para el de diseño del modelo y sistemas adaptativos complejos, considerando las propiedades de emergencia, autoorganización y coevaluación, además, se emplearon técnicas de inteligencia computacional para generar secuencias adaptativas de innovación, junto a herramientas metodológicas orientadas a fortalecer la competitividad de los productos turísticos. Los resultados obtenidos mostraron la secuenciación de la innovación basados en fichas técnicas para cada escenario analizado, logrando la generación de productos turísticos diversificados, entre ellos productos hoteleros, excursiones, rutas y ventajas competitivas asociadas a un marco innovador aplicable al sector.

Por otra parte, en el cantón Dota, en Costa Rica, se realizó un estudio donde se mencionó el turismo experiencial y patrimonio biocultural como base para la organización comunitaria, la innovación y la oferta de bienes y servicios, el objetivo consistió en compartir experiencias y metodologías aplicables al desarrollo de una propuesta turística rural, fundamentada en el concepto innovador de turismo experiencial y vivencial. Se utilizó un

enfoque constructivista adaptado a las condiciones específicas del cantón, bajo la investigación y acción participativa del Programa de Estudio Turístico Territorial, dicho proceso se estructuró en 3 fases, el diagnóstico de los sistemas turísticos, diseño del producto turístico y definición de productos complementarios, cada una con sus respectivos momentos de aplicación. Los resultados reflejaron una activa participación de los actores sociales de la comunidad, permitiéndoles identificar y crear tipologías de emprendimientos turísticos, logrando reconocer las posibilidades de encadenamientos de actividades junto al diseño de material informativo sobre buenas prácticas de sostenibilidad turística y la elaboración de un prototipo de sitio web con herramientas de apoyo para la promoción de oferta local (Avendaño Leader et al., 2022).

De la misma manera Pelegrín (2022), desarrolló un estudio en Cuba sobre el rediseño de la oferta turística del Parque Natural "El Cubano", debido a su proximidad con la ciudad patrimonial de Trinidad y a la variedad de servicios extra hoteleros que ofrece, basados en la riqueza natural cubana y en propuestas que complementarias de restauración gastronómica, donde aplicaron metodologías reconocidas en el ámbito de la comercialización turística, con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los visitantes, durante este proceso investigativo se emplearon métodos y técnicas como entrevistas, encuestas y observación directa, además de la revisión documental y bibliográfica, que permitió fundamentar teóricamente la propuesta.

Los resultados obtenidos reflejaron la importancia de la participación activa de los trabajadores y directivos en la reconfiguración del producto turístico, considerando las particularidades del destino y las potencialidades naturales del área, esto fortaleció la oferta turística integrada de naturaleza, promoviendo buenas prácticas de consumo sostenible y gestión ambiental, demostrando el compromiso del Parque El Cubano con un turismo responsable y de calidad.

A nivel nacional, en la comuna Pile, del cantón Montecristi, se llevó a cabo un estudio sobre la protección y salvaguardia de sombreros de paja toquilla como un producto turístico cultural Mera Cárdenas et al. (2024), utilizaron metodologías que responde a un enfoque cualitativo estructurado en 3 fases, la primera consistió en diagnosticar la situación actual de la comuna, la segunda planteó la implementación de un producto turístico cultural que promueva la valoración de tejidos tradicionales, y la tercera propuso estrategias de promoción para posicionar a Pile como un destino turístico cultural. Los resultados obtenidos evidenciaron la innovación turística en el territorio, centrada en actividades culturales y comunitarias, generando un impacto social positivó que abrió oportunidades de desarrollo económico mediante la venta artesanal, prestadores de servicios y creación de emprendimientos locales.

Así mismo, Gavilanes Molina (2023), planteó establecer relación entre los productos y oferta turística del cantón Chambo, provincia del Chimborazo, para esta investigación se utilizaron metodologías cuantitativas, cualitativas y de campo, donde el instrumento principal fue la encuesta aplicada a 245 turistas, evaluando dimensiones relacionadas con atractivos turísticos, comercialización y viaje, además, se encuestó a 22 prestadores de servicios relacionados al servicio, calidad e infraestructura. Los resultados evidenciaron que 41.63% de los turistas manifestaron interés en consumir productos turísticos de aventura, sin embargo, se demostró que no existe relación entre producto y oferta turística debido a la falta de innovación de nuevos productos.

A nivel local Sigcha (2023), ejecutó una investigación sobre la preservación de la cultura inmaterial en Simiátug, en donde se utilizó una metodología cualitativa, descriptiva y exploratoria, además de utilizar técnicas como entrevista y la observación directa, obteniendo resultados relevantes del patrimonio cultural inmaterial en la conservación de la identidad cultural de la comunidad, así como en la transmisión de costumbres y tradiciones, recopilando

información sobre los elementos patrimoniales de la parroquia y se identificaron las estrategias destinadas a su salvaguardia, reafirmando su valor como expresión viva de la cultura local.

2.2 Científico

En el marco científico de esta investigación se establecieron fundamentos teóricos que sustentan el tema de estudio, permitiendo comprender de manera clara las teorías y principios que explican el fenómeno analizado, además, se garantiza que los resultados obtenidos cuenten con un sustento académico sólido y coherente con la realidad investigada.

Según Picazo (2015), los productos turísticos se conciben como una combinación de atractivos, infraestructura y servicios que, al integrarse, generan experiencias significativas para el visitante, estos productos son el resultado de la articulación de factores tangibles e intangibles, donde la imagen del destino, la calidad de los servicios y la autenticidad cultural influyen directamente en la percepción del turista, en este sentido, los productos turísticos constituyen el eje central para la estructuración de la oferta de un destino, debido a que reflejan su identidad y su capacidad de generar valor en el mercado, también comprende el conjunto de bienes, servicios y experiencias que se ponen a disposición del visitante en un destino determinado.

Está conformada por los recursos naturales y culturales, los servicios de alojamiento y restauración, la infraestructura y las actividades complementarias que contribuyen al desarrollo económico local. Además, se destaca que la gestión de la oferta debe basarse en la coherencia entre los recursos disponibles y las expectativas del turista, buscando una imagen sólida y sostenible del destino (Picazo, 2015).

Así mismo Diez (2002), manifiesta que la teoría de la diversificación de la oferta turística constituye una estrategia fundamental para mantener la competitividad de los destinos, estas estrategias se orientan a ampliar las experiencias y servicios ofrecidos, promoviendo

nuevos segmentos de mercado y reduciendo la dependencia de un solo tipo de turismo, en el análisis del modelo de ciclo de vida de los destinos turísticos, el autor señala que la diversificación permite prolongar la etapa de consolidación, fortaleciendo la resiliencia del destino ante los cambios en la demanda y las dinámicas del mercado.

En cuanto a la etapa de consolidación del destino, según el análisis de Diez (2002), a partir del modelo de ciclo de vida, se produce cuando el turismo alcanza un desarrollo sostenido y se convierte en un componente esencial de la economía local, en esta fase, la infraestructura y los servicios están consolidados, y el destino goza de reconocimiento en el mercado. Sin embargo, advierte que la consolidación requiere de una gestión estratégica que mantenga la calidad y fomente la innovación de la oferta turística, evitando el estancamiento, la planificación continua y la adaptación a nuevas tendencias resultan claves para sostener esta etapa y garantizar la sostenibilidad del destino.

El turismo es conceptualizado como una práctica cultural y social, construida a partir de narrativas y experiencias, donde Bruner (1991), sostiene que los destinos turísticos son zonas de "frontera narrativa" donde las historias locales e interpretaciones externas se negocian, generando múltiples representaciones del territorio. Por otro lado, Lohmann & Neto (2008), proponen que el turismo funciona como un sistema integrado donde los productos, servicios y experiencias se combinan para formar la oferta turística de un destino. Estas perspectivas muestran que el turismo no es solo el movimiento de personas, sino el entramado simbólico, institucional y experiencial que configura la manera en que los visitantes perciben, interactúan y valoran un territorio.

La hospitalidad, manifiesta la prestación de servicios para convertirse en un acto simbólico y ético en las relaciones humanas. Según Lynch & Molz (2011), proponen una "teoría de la hospitalidad" que concibe el acto de acoger al otro como un gesto de

vulnerabilidad y responsabilidad recíproca. Así mismo, Foskett & Paskins (2021), destacan que la hospitalidad incluye dimensiones culturales, emocionales y profesionales, siendo un conjunto de prácticas que brindan la bienvenida, la atención al huésped y la creación de experiencias memorables, estas perspectivas evidencian que la hospitalidad no puede considerarse un solo servicio funcional, sino una construcción social que da sentido al encuentro entre visitante y comunidad.

2.3 Conceptual

El marco conceptual de este proyecto de investigación se centró en fundamentos teóricos que sustentaron el análisis realizado, su propósito fue aclarar y definir los conceptos centrales que permitieron comprender de manera general, facilitando una base ordenada para interpretar los resultados obtenidos.

Atractivos turísticos

Se define como cualquier recurso o característica de un destino que tiene el potencial de atraer a los turistas, motivándolos a visitar un lugar específico. Estos atractivos pueden ser naturales, culturales, históricos o recreativos, y tienen un valor que contribuye a la identidad del lugar y a su oferta turística (Yánez, 2025, p. 32).

Demanda Turística

"El total de personas participantes en actividades turísticas, cuantificada como el número de llegadas o salidas de turistas, valor en dinero gastado u otros datos estadísticos" (Macias, 2025, p. 29).

Desarrollo local

Es el que identifica y busca aprovechar los recursos para mejorar los ingresos y por ende la calidad de vida de su población, cabe recalcar que el gobierno local juega un papel

esencial puesto que son los encargados de las adecuaciones o mejoras en los accesos a los sitios (Ayón et al., 2025, pp. 6–7).

Diversificación de la Oferta Turística

Suelen tener un mayor impacto en el ámbito económico de las comunidades, reflejado en la generación de empleo en el sector turístico, el aumento de ingresos y la transformación de una economía local tradicionalmente primaria hacia una en la que el turismo se consolida como un medio de vida relevante (Gandolfi & Ramírez, 2020, p. 33).

Gestión del destino

Es el conjunto de acciones lideradas por una entidad pública que orienta, planifica y ejecuta proyectos destinados a fortalecer el desarrollo turístico adecuándose organizaciones de la oferta turística del cantón, orientada a dar a conocer sitios y rutas, de las cuales aún son desconocidas para los visitantes (Salazar, 2025, p. 76).

Investigación de mercado

Es la técnica que nos facilita la obtención de datos sobre el cual se trata la investigación, la finalidad de estos datos obtenidos interpretados y hacer uno de estos. Facilitando la toma de decisiones para el objetivo que se desee alcanzar (Sánchez & Mera, 2022, p. 26).

Inclusión social

Implica convivir con la diversidad sin permitir la discriminación, garantizando a todas las personas los mismos derechos en el seno de la sociedad. Del mismo modo, se concibe como el proceso de empoderamiento a individuos y grupos para que no queden excluidos de la sociedad, especialmente aquellos pertenecientes a sectores más vulnerables y marginados (Sánchez & Mera, 2022, p. 148).

Infraestructura turística

Es el conjunto de instalaciones y servicios necesarios para recibir y acomodar a los turistas, siendo un elemento esencial para facilitar el acceso a los atractivos naturales y culturales, mejorando la experiencia del turista y contribuyendo al crecimiento económico local. La falta de infraestructura adecuada puede limitar la capacidad de la región para atraer visitantes y competir con otros destinos turísticos, por lo que la mejora de alojamientos, vías de acceso y servicios es crucial (Barios & Pinchao, 2024).

Innovación Turística

Es la introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del sector turístico y que potencie, por lo tanto, la competitividad turística o sostenibilidad (López, 2023, p. 10).

Línea base

"La línea base es el estado actual del área en el que se desarrollará un proyecto. Comprende la descripción detallada de los atributos o características socioambientales del área del proyecto, incluyendo los peligros naturales que pudieran afectar su viabilidad" (SENACE, 2018, p. 13).

Oferta turística

"El conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo" (Peñarrieta 2025, p. 13).

Productos Turísticos

Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos y 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 (Colina, 2025, p. 3).

Segmento de mercado

Es una de las acciones de mayor importancia en el diseño y desarrollo de actividades comerciales; a través de ella es posible identificar las características de nuestros clientes y comprender su comportamiento de compra. También, es una herramienta de la mercadotecnia que requiere del apoyo de disciplinas como la estadística, la psicología, la sociología y la geografía, entre otras, y es a partir de una serie de variables que la segmentación determina las características que hacen único a un grupo de mercado (Fernández, 2009, p. 15).

Sostenibilidad

La sostenibilidad es la capacidad para la producción de bienes y servicios con el propósito de satisfacer necesidades y ofrecer mejoras en la calidad de vida de las personas, mediante la utilización de tecnologías eco amigables y conservadoras de la naturaleza, la incorporación de prácticas innovadoras (Rodríguez, 2020, p. 4).

Turismo

Es una actividad que involucra el desplazamiento de personas fuera de su lugar de residencia habitual, con fines de ocio, recreación, negocios, entre otros, y genera un impacto significativo tanto en las economías como en las culturas de los destinos receptores (Yánez, 2025, p. 29).

Turismo comunitario

Es el camino que puede llevar al desarrollo a las diversas comunidades rurales, siempre y cuando la comunidad desarrolle este tipo de turismo como una alternativa a la actividad económica a la que comúnmente se dedican, sin embargo, también permite rescatar aquellas

tradiciones y costumbres, la gastronomía y la manera de vivir de cada comunidad, ya que cada una de ellas son únicas en cada territorio rural (Merejildo 2025, p. 12).

Turismo sostenible

Un turismo que considera plenamente los impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros, al tiempo que aborda las necesidades de los visitantes, las industrias, el medio ambiente y las comunidades que aceptan visitantes (Peña 2022, p. 13).

2.4 Legal

La presente investigación dio a conocer las normativas nacionales que guardan relación directa con la actividad turística y el manejo sostenible del territorio, a continuación, se presentan los siguientes:

Constitución de la República del Ecuador 2008

En la Asamblea Nacional del Ecuador (2008), en su documento titulado Constitución de la República 2008, se mencionó un marco jurídico fundamental para garantizar el desarrollo sostenible, protección ambiental y preservación de la cultura, por lo cual se mencionaron los siguientes artículos:

Art. 14.- 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.

Reconoció el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y equilibrado, lo que respalda la implementación de un turismo sostenible que proteja los recursos naturales del territorio y promueva el buen vivir.

Art. 21.- Resalta el valor de la identidad cultural y la libre expresión de las manifestaciones artísticas y culturales.

Resaltó la importancia de la identidad cultural y la libre expresión de las manifestaciones artísticas, elementos clave en Simiátug donde las tradiciones indígenas, la vestimenta y la música forman parte de la oferta turística.

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. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Destaca la importancia de fortalecer la identidad nacional y promover la diversidad cultural, garantizando el ejercicio de los derechos culturales y la protección de la memoria social contribuyendo a Simiátug fomentar expresiones culturales como un eje fundamental para el desarrollo social y turístico.

Art.379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros: Las lenguas, festividades, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

Reconoce como patrimonio cultural tanto los elementos materiales como inmateriales que forman parte de la identidad de los pueblos, promoviendo su protección y conservación de lenguas, festividades, paisajes y sitios históricos que constituyen un recurso clave en la parroquia Simiátug.

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD)

En la Asamblea Nacional del Ecuador (2010), en su documento titulado Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, se establecen las competencias y funciones de los distintos niveles de gobierno, otorgando a cada uno responsabilidades específicas en el desarrollo del territorio y en la gestión de las actividades productivas, es por ello que se mencionan los siguientes artículos:

Art. 64.- En su literal 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

Es necesario porque ayuda al GAD Parroquial impulsar y fomentar la inversión y el desarrollo económico en sectores como el turismo, la agricultura y la artesanía, lo que favorece la diversificación productiva y la economía solidaria de Simiátug.

Art. 129.- Al gobierno autónomo descentralizado municipal le corresponde las facultades de planificar, construir y mantener la vialidad urbana. En el caso de las cabeceras de las parroquias rurales, la ejecución de esta competencia se coordinará con los gobiernos parroquiales rurales.

Este artículo establece que el GAD Municipal es responsable de planificar y mantener la vialidad urbana, en coordinación con los gobiernos parroquiales rurales ayudando a mejorar la conectividad y facilidad al acceso del territorio.

Art. 144.- Ejercicio de la competencia de preservar, mantener y difundir el patrimonio cultural. - Corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales, formular, aprobar, ejecutar y evaluar los planes, programas y proyectos destinados a la preservación,

mantenimiento y difusión del patrimonio arquitectónico, cultural y natural, de su circunscripción y construir los espacios públicos para estos fines.

Resulta especialmente importante porque exige a los municipios diseñar e implementar planes orientados a la conservación y difusión del patrimonio natural y cultural, lo cual contribuye a consolidar a Simiátug como un destino turístico sostenible y con una identidad claramente definida.

Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del empleo.

En la Asamblea Nacional del Ecuador (2024), en su documento titulado La Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo, en donde se constituye un instrumento jurídico esencial que busca dinamizar la economía nacional mediante el impulso al sector turístico, promoviendo la sostenibilidad, la generación de empleo y el desarrollo territorial, por ello mencionamos los artículos más relevantes:

Art. 1.- Establece que la Ley tiene por objeto el fomento inmediato y fortalecimiento de las actividades turísticas en el territorio nacional.

Establece como objetivo el fortalecimiento del sector turístico, generando oportunidades de crecimiento para destinos rurales como Simiátug.

Art. 4.- Determina que la finalidad de la Ley es la reactivación del sector turístico mediante medidas tributarias y económicas que impulsen su desarrollo.

Promueve la reactivación del turismo mediante medidas tributarias y económicas, facilitando el desarrollo de emprendimientos locales.

Art. 5.- Define las actividades turísticas como aquellas que comprenden alojamiento, alimentos, bebidas, transporte turístico, guianza, turismo comunitario, parques temáticos y centros de recreación, entre otras.

Define las actividades turísticas incluyendo el turismo comunitario, modelo predominante en Simiátug, donde las familias ofrecen alojamiento, alimentación y guianza.

Art. 7 numerales 13, 16 y 18.- Coordinar con las instituciones públicas y privadas que conforman el Sistema Financiero Nacional para que se otorguen créditos para el sector turístico con tasas y plazos preferentes, promover y fomentar estrategias de cooperación que permitan la ejecución de proyectos de turismo comunitario y coordinar con los entes rectores de Trabajo y de Educación Superior la elaboración e implementación de los planes, programas y proyectos que permitan mejorar la empleabilidad de los profesionales de turismo y la profesionalización del sector turístico.

Resultan fundamentales porque impulsan el acceso a créditos preferenciales, fomentan la cooperación entre instituciones y apoyan la formación del talento humano, elementos clave para fortalecer la gestión turística a nivel local.

Art. 8.- Crea el Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador, destinado a financiar actividades, programas y proyectos de promoción, competitividad y desarrollo turístico.

Representa una oportunidad de financiamiento para proyectos de promoción, infraestructura y competitividad que contribuyan a la consolidación del destino.

Ley Orgánica de Tierras Rurales y Territorios Ancestrales

En la Asamblea Nacional del Ecuador (2016), en su documento titulado Ley Orgánica de Tierras Rurales y Territorio Ancestrales, quién garantiza la gestión equitativa y sustentable del suelo rural, tomamos como referencias los siguientes artículos:

Art. 42.- Del registro. Constituye componente del Sistema de Información Pública Agropecuaria, bajo responsabilidad de la Autoridad Agraria Nacional, el Registro de Tierra Rural, instrumento que garantiza la seguridad jurídica en el ejercicio de las políticas públicas en materia de tierras rurales derivadas de la aplicación de esta Ley.

Garantiza la seguridad jurídica sobre las tierras rurales mediante su registro, lo que permite a las comunidades de Simiátug gestionar proyectos turísticos sin conflictos territoriales.

Art. 44.- Los planes y programas para la aplicación de esta Ley se enmarcan en las directrices de planificación y de ordenamiento territorial de la estrategia territorial nacional y de las estrategias de desarrollo rural a cargo de los gobiernos autónomos descentralizados provinciales, en armonía con la regularización de la tierra rural y el uso del suelo y con los Planes de Uso y Gestión del Suelo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados municipales y metropolitanos, de conformidad con la Ley.

Este artículo señala que la planificación productiva debe articularse con las estrategias nacionales y locales de ordenamiento territorial, lo que permite vincular el turismo con otras actividades económicas, como la agricultura y la artesanía, contribuyendo así a una mayor diversificación productiva en el territorio.

Reglamento General de la Ley de Turismo

Según la Asamblea Nacional del Ecuador (2015)**,** en el Reglamento General de la Ley de Turismo, donde se establece las bases para la organización y categorización de actividades turísticas, se mencionan los siguientes artículos:

Art. 41.- Este artículo establece que las definiciones contenidas en el reglamento son aplicables para la gestión pública y privada, así como para la aplicación de las normas del régimen jurídico y demás instrumentos normativos del sector turístico ecuatoriano.

Presenta las definiciones fundamentales que orientan tanto la gestión pública como privada del turismo, permitiendo que las actividades en Simiátug se desarrollen de manera ordenada y en concordancia con el marco legal vigente.

Art. 42.- Actividades turísticas. - Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes: alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, transporte e intermediarios.

Este artículo define cuáles son las actividades que integran el sector turístico, permitiendo identificar y regular adecuadamente a los prestadores de servicios ayudando a ordenar la actividad turísticas y el desarrollo del turismo en Simiátug.

Art. 43.- Establece la clasificación de las actividades turísticas en principales y accesorias, detallando ejemplos de cada una.

Clasifica las actividades principales y accesorias, ayudando a identificar los servicios que pueden diversificarse, como alojamiento, gastronomía y guianza comunitaria.

Art. 44.- Indica que el Viceministerio de Turismo expedirá las normas técnicas y reglamentarias necesarias para establecer las particularidades y la clasificación de las actividades turísticas y sus respectivas modalidades.

Otorga al Viceministerio de Turismo la facultad de emitir normas técnicas y de clasificación, garantizando la calidad de los servicios que se ofrezcan en el destino.

Resolución N.° 001 Consejo Nacional de Competencias (**CNC, 2016)**

En el Consejo Nacional de Competencias (2016), en su documento titulado Resolución N°.001-CNC.2016, encargado de definir las atribuciones del gobierno central en materia de regulación y gestión turística, se tomaron como referencia los siguientes artículos:

Art. 6.- En el marco del desarrollo de actividades turísticas, le corresponde al gobierno central, a través de la Autoridad Nacional de Turismo, expedir normativas, técnicas de calidad, tarifario y permisos de operación.

Establece las competencias del nivel nacional en materia de regulación, emisión de normas técnicas y definición de estándares de calidad, con el propósito de garantizar que los destinos turísticos, como Simiátug, cumplan con los parámetros exigidos a nivel nacional.

Art. 8.- En el marco del desarrollo de actividades turísticas, le corresponde al gobierno central, a través de la Autoridad Nacional de Turismo, calificar, categorizar, elaborar y administrar catastros de establecimientos turísticos, inventario de sitios turístico y actividades turísticas.

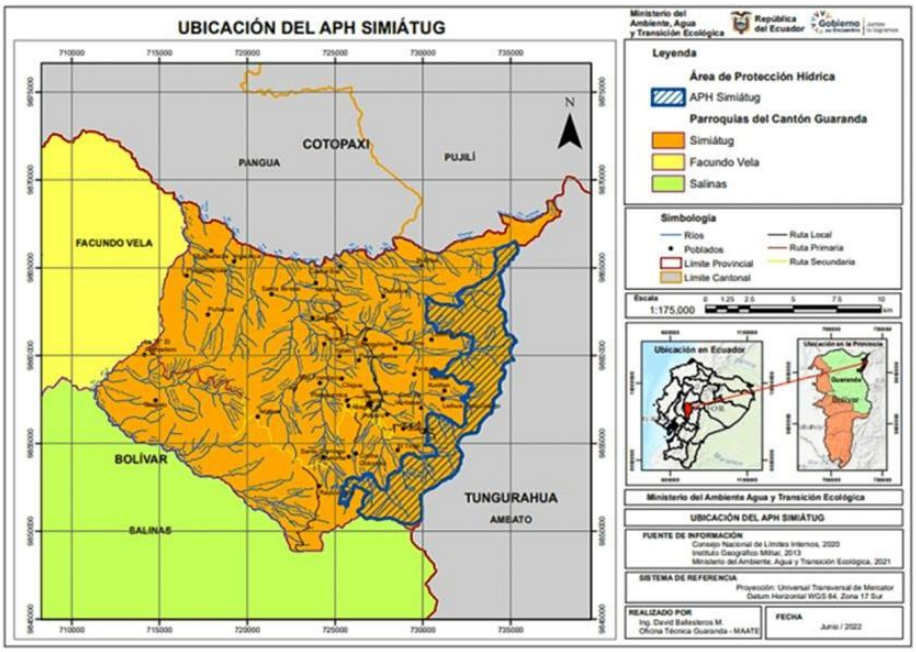
Complementa este enfoque al detallar las funciones de gestión que incluyen la promoción nacional e internacional y la administración del inventario turístico, acciones que permitan visibilizar a Simiátug dentro del mapa turístico del Ecuador y contribuir a su diversificación y consolidación como destino sostenible.

2.5 Georreferencial

El proyecto de investigación se realizó en la provincia Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Simiátug, este lugar fue elegido por su riqueza cultural y natural, que ofrece mucho potencial para diversificar la oferta turística, además, su ubicación estratégica permite consolidarlo como un atractivo emergente dentro del turismo comunitario y sostenible.

Ilustración 1

Mapa geográfico de la parroquia Simiátug.



Nota: Esta ilustración muestra el mapa de la parroquia Simiátug. Fuente: (PDOT, 2024).

Simiátug en castellano significa “Boca de Lobo”, es una parroquia perteneciente al cantón Guaranda, Provincia Bolívar, fue creada el 29 de junio de 1861 se ubica a 73 km de Guaranda, a una altitud de 3100 m.s.n.m, constituida por varias comunidades indígenas, su acceso es por el carretero Salinas de Guaranda o por el cruce de la vía antigua de Ambato. Se localiza al extremo norte del cantón Guaranda, dentro de los siguientes límites: al norte, la Provincia de Cotopaxi; al sur, la parroquia de Salinas; al este, la Provincia de Tungurahua y al oeste la Parroquia Facundo Vela, ubicándose en el piso altitudinal Montano o templado frío (PDOT, 2024).

Según datos recopilados del censo de población año 2022, se verificó que Simiátug cuenta con una población de 9.588 habitantes, abarcando así 4485 (47.65%) hombres 4927 (52.35%) mujeres (INEC, 2022).

La parroquia Simiátug tiene una población que se distribuye en las 39 comunidades rurales, organizadas en 6 zonas, en las que se incluye los 8 barrios que comprende la parte urbana de la parroquia, ecosistemas que fomentan la conservación de los recursos naturales. En lo que corresponde al recurso natural que sostiene y condiciona las diversas actividades de la población se observó los recursos naturales renovables y no renovables tomando en consideración los recursos mineros, áridos y pétreos, patrimonio hídrico, patrimonio forestal, recursos naturales y los suelos, también, se identificó los tipos de ecosistemas, áreas naturales y la interacción de la flora y fauna existente (PDOT, 2024).

El clima es templado con temperaturas promedio entre los 12 °C y los 18 °C con temperaturas mínimas que pueden llegar hasta los 8 °C y máximas que alcanzan los 20 °C, la región experimenta una precipitación anual aproximada de 171 mm, distribuidos en 20 días lluviosos al año, esto indica una pluviometría moderada, la humedad relativa promedio es del 89%, lo que indica una sensación térmica fresca y agradable durante todo el año.

En cuanto a los suelos, son negros, francos, áreas húmedas y templadas, presenta una diversidad edáfica que favorece la agricultura, especialmente en cultivos como maíz, cebada, alfalfa y hortalizas, los suelos predominantes son andosoles y andosoles húmicos, que son fértiles y adecuados para la producción agrícola. Estos suelos, junto con el clima templado y la altitud moderada, crean un entorno propicio para una amplia variedad de cultivos.

La parroquia Simiátug se caracteriza por una sólida organización social mantenida en la cooperación y la participación activa de sus comunidades, según Sánchez (2024), las formas de organización social en el territorio tienen sus raíces en las luchas históricas por la tierra y la justicia social emprendidas desde la década de 1970, a partir de los años 90, estas estructuras se fortalecieron mediante organizaciones comunitarias e indígenas que reivindicaron la identidad cultural y promovieron la participación ciudadana en los procesos de decisión local.

La cohesión social que determina a las comunidades de Simiátug permite que los proyectos colectivos continúen desarrollándose con un enfoque solidario y autogestionario, el trabajo comunitario, la reciprocidad y la cooperación seguirán siendo pilares fundamentales para impulsar iniciativas productivas, agrícolas y turísticas, orientadas al bienestar común y a la preservación de los valores culturales ancestrales (PDOT, 2024).

En el ámbito político, Simiátug se rige por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Simiátug (GADPR-S), debido a que se articula con el GADC de Guaranda, esta estructura fomenta la planificación participativa y la gestión compartida con las comunidades, fortaleciendo las economías populares y solidarias, el mejoramiento de la infraestructura vial y los servicios básicos, siempre bajo un enfoque de equidad social y sostenibilidad ambiental (PDOT, 2024).

El turismo simboliza una oportunidad estratégica para dinamizar la economía local y conservar la identidad cultural del territorio. Según el Sánchez (2024), Simiátug cuenta con un potencial significativo para el desarrollo del turismo comunitario y étnico, gracias a la riqueza de sus tradiciones, costumbres, gastronomía y manifestaciones culturales, las comunidades indígenas mantienen prácticas ancestrales y una organización social que facilita la gestión del turismo desde una perspectiva participativa y sostenible.

Entre las actividades que se pueden desarrollar destacan el senderismo, la observación del paisaje andino y la flora y fauna del páramo, así como experiencias relacionadas con la gastronomía tradicional, la producción artesanal y las festividades locales, estas actividades permiten a los visitantes conocer la vida cotidiana de las comunidades y fortalecer el sentido de identidad cultural del territorio (PDOT, 2024).

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de Investigación

La metodología de esta investigación permitió recopilar y analizar datos primarios como secundarios, acerca de la realidad turística que se vive en la zona alta de Simiátug, se emplearon encuestas, entrevistas y observación directa, con el fin de obtener datos sobre la planta turística y la percepción de los visitantes, además, se revisaron documentos y estudios previos que fortalezcan el análisis, de modo que los resultados sirvan como base para plantear propuestas que diversifiquen y consoliden el destino. El desarrollo de este estudio se basó en varios tipos de investigación, donde se da a conocer a continuación:

3.1.1 En función del propósito

La investigación básica es un tipo de enfoque de investigación cuyo objetivo es comprender mejor un tema, un fenómeno o una ley fundamental de la naturaleza, este tipo de investigación se centra principalmente en el avance del conocimiento, más que en la solución de un problema específico (Schauz, 2024).

Esta investigación se consideró de tipo básica porque busca ampliar el conocimiento sobre el turismo en la zona alta de Simiátug, comprendiendo su realidad desde un enfoque social, cultural y ambiental, más que buscar una solución inmediata, se pretende generar información que ayude a entender cómo se desarrolla la actividad turística y qué factores influyen en su diversificación y consolidación, a partir de este conocimiento se puede fortalecer la planificación turística local y sentar bases teóricas que sirvan para futuras investigaciones en territorios rurales similares.

3.1.2 Por su nivel de profundidad

Investigación exploratoria

Los estudios exploratorios se realizan en temas en los cuales existe muy poco conocimiento por haber sido poco investigados, por lo que la información acerca de ellos es escasa en la literatura; los problemas que abordan poseen una gran imprecisión e incertidumbre. Estos estudios suelen ser el preámbulo de otras investigaciones y, en realidad, son poco frecuentes como trabajos de terminación de la especialidad (Corona & Fonseca, 2023).

La investigación tuvo un carácter exploratorio debido a que en la zona alta de Simiátug existían pocos estudios turísticos actualizados que describieron su potencial y las condiciones reales de su oferta, fue necesario indagar de manera inicial sobre los atractivos, los prestadores de servicios y la percepción de los visitantes, para tener una visión general que permitiera identificar oportunidades y desafíos, este primer acercamiento resultó clave para descubrir aspectos poco conocidos del territorio los cuales ayudarán a profundizar otros estudios futuros.

La investigación descriptiva es el objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, puede desarrollarse con un enfoque cuantitativo o cualitativo (Valle & Manrique, 2022).

Este estudio fue descriptivo, considerando que buscó detallar con precisión los recursos turísticos, las costumbres locales y las actividades económicas vinculadas al turismo comunitario. A través de encuestas, entrevistas y observación directa, se describió la situación actual del destino y las características de su población, generando una visión clara de cómo se vive el turismo en Simiátug, este análisis permitió conocer la realidad del territorio, comprender sus dinámicas y plantear estrategias para diversificar su oferta turística.

La investigación propositiva **“**es una investigación, por definición, de carácter prospectivo, toda vez que la confirmación de la hipótesis causal subyacente se producirá en el futuro, a condición de que el plan propuesto sea implementado” (Medianero Burga, 2022, p. 16).

La investigación fue de tipo propositiva, porque no solo se centró en describir o analizar la realidad turística de la zona alta de Simiátug, sino que avanzó hacia la formulación de una propuesta concreta que contribuye al fortalecimiento del destino, este tipo de investigación tuvo un carácter prospectivo, dado que sus resultados se orientaron hacia el futuro y su validez depende de la aplicación de las estrategias planteadas.

3.1.3 Por su tipo de Investigación

En la investigación no experimental, se dice que “Las variables no son manipuladas ni controladas, el investigador se limita a observar los hechos tal y como ocurren en su ambiente natural. Se obtienen los datos de forma directa y se estudian posteriormente” (López, 2023).

Este estudio fue no experimental, debido a que no se manipularon las variables del estudio, sino que se observó la realidad turística tal como se presentaba, se recopilaron los datos directamente en el entorno natural, analizando cómo se desarrollan las actividades turísticas, cómo participan los pobladores y qué factores influyen en la consolidación del destino, este enfoque permite comprender de manera objetiva la situación actual del turismo sin alterar su dinámica, aportando información real y confiable para la elaboración de propuestas sostenibles y acordes con las necesidades del territorio.

3.1.4 Diseño de investigación

La investigación de campo es un método de estudio que consiste en recoger información directamente del entorno natural o social donde ocurre el fenómeno, con el propósito de

observar, analizar y comprender la realidad tal como se presenta. Implica la recolección de datos en el lugar de los hechos, mediante técnicas como la observación, entrevistas, encuestas o mediciones directas (Ríos & Ferreira, 2023).

En esta investigación de campo, se obtuvo información, a través de visitas al territorio, observación de los atractivos turísticos, entrevistas con los pobladores y encuestas a los visitantes, con ello se buscó conocer la realidad que se vive en el lugar, lo que permitió comprender de forma auténtica las condiciones actuales del turismo, las percepciones de la comunidad y los principales desafíos para diversificar y consolidar el destino, además, la investigación de campo facilitó identificar detalles que no podían apreciar en documentos, como el estado actual de la planta turística y la manera en que la población se relaciona con el turismo.

La investigación documental es una de las técnicas de la investigación cualitativa que se encarga de recolectar, recopilar y seleccionar información de las lecturas de documentos, revistas, libros, grabaciones, filmaciones, periódicos, artículos resultados de investigaciones, memorias de eventos, entre otros; en ella la observación está presente en el análisis de datos, su identificación, selección y articulación con el objeto de estudio (Reyes & Carmona, 2020).

La investigación documental se enfocó en la revisión de fuentes como libros, tesis, artículos, leyes y planes de desarrollo relacionados con Simiátug y el turismo en Ecuador, este análisis permitió comprender el contexto del estudio y reforzó la información obtenida en el trabajo de campo, en base a esta revisión, se describió una base teórica que facilitó la interpretación de resultados y a proponer estrategias para fortalecer la diversificación y consolidación turística del destino.

3.1.5 Según el periodo temporal en el que realiza

Transversal

"Se caracteriza por la recopilación de datos en un único punto en el tiempo, ofreciendo una "instantánea" de un fenómeno o población en un momento específico" (Haro Sarango et al., 2024, p. 5).

La investigación transversal se aplicó para obtener una visión clara y puntual del territorio, este tipo de investigación permitió describir y analizar la situación actual de la población estudiada, sin necesidad de realizar un seguimiento a lo largo del tiempo, a través de ello se determinaron las características y relaciones existentes facilitando comprender la realidad investigada de manera práctica y precisa.

3.2 Enfoque de la investigación

En la investigación mixta el propósito no es sustituir a ninguno de los enfoques que la componen, sino que, por el contrario, su meta es utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales (Albayero & Tejada, 2020).

La investigación adoptó un enfoque mixto porque combinó datos cuantitativos y cualitativos para obtener una visión más completa, por un lado, se aplicarán encuestas a turistas y visitante para obtener información numérica sobre las preferencias y percepciones de viajes, también se realizaron entrevistas a actores locales y prestadores de servicios para obtener datos, estado de conservación y necesidades que requiere la planta turística actual, permitiendo identificar no sólo su nivel de involucramiento, sino también su vinculación a la consolidación del destino.

La investigación cualitativa se enfoca en la comprensión de los fenómenos y puede centrarse en significados, percepciones, conceptos, pensamientos, experiencias o sentimientos. Además, examina cómo o por qué ocurre un fenómeno. Recopila datos en forma de palabras, textos o imágenes a través de entrevistas, observaciones, fotografías o revisiones de documentos (Maturrano & Faustino, 2020).

El enfoque cualitativo permitió comprender los recursos que posee las comunidades de la zona alta de Simiátug, su relación con las tradiciones y la manera en que valoran sus recursos naturales y culturales, a través de las entrevistas y observaciones, se puede analizar la situación actual, tanto de la planta turística como sus atractivos y manifestaciones culturales.

La investigación cuantitativa suma los paradigmas de los hechos, la estructura de la ciencia, la verificación de las hipótesis o hacer la investigación para cambiar un hecho; más aún, se considera, como una inferencia estadística del método científico (Quispe & Villalta, 2020).

La parte cuantitativa se aplicó para medir aspectos específicos de la demanda turística, como son, datos generales del visitante, si ha visitado o conocido la zona alta de Simiátug, sus motivaciones y preferencias de viajes, los tipos de experiencias que le gustaría vivir en la zona alta, además si estarían dispuestos a difundir y adquirir experiencias en el territorio. Estos datos permitieron analizar tendencias y comportamientos que sirvieron de base para el diseño de productos turísticos diversificados, con esta información, se pudo establecer cifras claras de la realidad turística actual de Simiátug que respaldaron las propuestas del estudio.

3.3 Métodos de Investigación

La investigación empleó un conjunto de métodos que permitió abordar un estudio del potencial turístico de la zona alta de Simiátug, garantizando un análisis completo mediante la observación directa de los hechos hasta la interpretación de sus causas y la integración final de

los hallazgos. En esta sección se describen los métodos utilizados inductivo, analítico, deductivo y sintético junto con su función dentro del proceso investigativo:

Método inductivo

"Mediante este método se observa, estudia y conoce las características genéricas o comunes que se reflejan en un conjunto de realidades para elaborar una propuesta a ley científica de índole general" (Abreu, 2014, p. 6).

Este método se utilizó para la realización del diagnóstico situacional del potencial turístico de la zona alta de Simiátug, a través de la observación y recopilación de información primaria y secundaria, se caracterizaron los atractivos, prestadores de servicios y recursos disponibles en el territorio, este proceso permitió establecer la línea base de la oferta turística, el cual sirvió como punto de partida para comprender las oportunidades y limitaciones que presenta la zona.

Método analítico

El método analítico permite aplicar posteriormente el método comparativo, permitiendo establecer las principales relaciones de causalidad que existen entre las variables o factores de la realidad estudiada. Es un método fundamental para toda investigación científica o académica y es necesario para realizar operaciones teóricas como son la conceptualización y la clasificación (Abreu, 2014, p. 5).

Posteriormente, el método analítico permitió dividir la realidad turística de Simiátug en elementos como atractivos, servicios y percepción del visitante, mediante este proceso se obtuvieron datos relevantes de la encuestas, entrevistas y observación de campo, que se realizó, ayudando así a clasificar los recursos turísticos existentes y determinar cuáles constituían fortalezas y cuáles representaban limitaciones. Este análisis facilitó clasificar los recursos

disponibles, determinando sus niveles de desarrollo, aportando una comprensión del territorio y sustentando la formulación de propuestas orientadas a mejorar la oferta turística.

Método deductivo

El método deductivo permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad. Mediante la deducción se derivan las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas (Abreu, 2014, p. 6).

Con base en los resultados obtenidos del diagnóstico y análisis, este método permitió formular conclusiones específicas a partir de teorías generales sobre la planificación y gestión turística. Este proceso facilitó la identificación de factores claves que incidieron en la competitividad del destino sirviendo como sustento para el diseño de productos turísticos innovadores y viables, acordes con las necesidades del mercado.

Método sintético

"Es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos, reunión racional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad" (González, 2016, p. 15).

Finalmente, este método fue útil en la investigación porque permitió unir información obtenida en encuestas, entrevistas y revisión documental, logrando una visión integral del territorio, a partir de datos recopilados sobre atractivos, planta turística, percepción de visitantes y participación comunitaria, facilitando relacionar aspectos sociales, económicos y turísticos, formulando conclusiones generales y coherentes.

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

Para la recolección de información, se emplearon diversas técnicas e instrumentos que permitieron obtener datos confiables pertinentes, ajustándose a los objetivos planteados, estas herramientas ayudan a facilitar y comprender la realidad turística.

Observación directa

"En este caso, el investigador obtiene la información directamente de la población o sujeto del estudio" (Medina et al., 2023, p. 22).

Esta técnica permitió registrar de forma sistemática los elementos que conforman el entorno turístico, tales como los atractivos naturales, culturales y prestadores de servicio existentes, además, se recopiló información sobre el estado de conservación, accesibilidad e infraestructura, lo cual fue fundamental para diagnosticar la situación actual del destino.

Fuentes secundaria

Este tipo de fuentes son las que ya han procesado información de una fuente primaria. El proceso de esta información se pudo dar por una interpretación, un análisis, así como la extracción y reorganización de la información de la fuente primaria (Rivera Maranto & González Fernández, 2015, p. 3).

Mediante esta técnica se examinó fuentes secundarias que contienen información relevante sobre la planificación y desarrollo turísticos del territorio, este proceso permitió contrastar y complementar los datos obtenidos en campo, asegurando la validez del diagnóstico.

Encuestas

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 (Medina et al., 2023, p. 24).

La aplicación de encuestas posibilitó conocer las expectativas y preferencias de los visitantes y actores locales respecto a los atractivos y prestadores de servicios, a través de las preguntas semiestructuradas se obtuvieron datos confiables que ayudaron a identificar el segmento de mercado y sus demandas potenciales.

Análisis de datos

El análisis de datos integra distintas operaciones en la que el investigador o analista somete ciertos datos, bien sea de orden cuantitativo o cualitativo, a una serie de análisis, lecturas e interpretaciones, según sea el enfoque de su investigación o requerimiento informativo (Peña, 2017, p. 30).

Esta técnica ayudó a procesar e interpretar los resultados obtenidos mediante las encuestas y observaciones, transformando los datos en información sintetizada para la toma de decisiones, identificando las tendencias y comportamientos que presenta el territorio.

Sistematización de información

"La sistematización es conocida como el ordenamiento de la información recolectada que se lleva a cabo para el cumplimiento de un objetivo anteriormente planteado" (López Mora et al., 2017, p. 20).

Esta técnica se aplicó para organizar, interpretar y sistematizar los datos recopilados en las distintas fases de la investigación, permitiendo establecer una visión clara de los resultados que se obtuvo de los prestadores de servicios y visitantes, con el fin de estructurar productos turísticos viables.

Tabla 1

Técnicas e instrumentos del objetivo 1

Objetivo específico	Técnicas	Instrumentos
Caracterizar atractivos y prestadores para establecer la línea base de la oferta.	Entrevista	Guion de entrevistas semiestructuradas; fichas estructuradas de caracterización de la planta turística.
	Observación directa.	Cámara fotográfica.
	Análisis documental	Fichas técnicas del MINTUR, información secundaria del PDOT y planes de desarrollo locales.

Nota: Elaboración propia

Tabla 2

Técnicas e instrumentos del objetivo 2

Objetivo específico	Técnicas	Instrumentos
Identificar segmentos y preferencias de la demanda mediante investigación de mercado.	Encuestas.	Cuestionario semiestructurado en físico.
	Análisis de datos.	Tabulación de respuestas, gráficos y porcentajes para la sistematización de resultados.

Nota: Elaboración propia.

Tabla 3

Técnicas e instrumentos del objetivo 3

Objetivo específico	Técnicas	Instrumentos
Estructurar productos turísticos viables con criterios de sostenibilidad y	Observación directa.	Salidas de campo actores, mapa o GPS digital, registros de campo.

gestión del destino.	Sistematización de información.	Croquis de rutas, documentación descriptiva y fichas técnicas de los productos turísticos para la sistematización de resultados. Matriz FODA.

Nota: Consolidado las técnicas e instrumentos

3.5 Población y Muestra

Para poder recopilar información sobre las preferencias de la demanda turística que se menciona en el segundo objetivo, se consideró pertinente tomar como referencia al poblado turístico más cercano, que es Salinas de Guaranda, debido a la inexistencia de un registro de visitantes en la parroquia de Simiátug, además, de la escasa llegada de turistas a la parroquia.

Es importante señalar que el estudio se centró exclusivamente en los turistas como unidad de análisis, con el objetivo de recopilar información directa sobre sus preferencias, motivaciones y patrones de consumo, e por ello que se utilizó información verídica del Centro de Turismo Comunitario de Salinas de Guaranda, donde indica que en el año 2024 Salinas recibió un total de 35.000 mil turistas anuales, evidenciándose que el 25% son turistas extranjeros y el 75% son turistas nacionales. Con base a esta información obtenida se aplicó la siguiente fórmula para obtener el tamaño de muestra asegurando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Nomenclatura:

n= Tamaño de la muestra buscada

N=Tamaño total de población 35.000

Z^2=1.96 al cuadrado con un nivel de confianza del 95%

P= proporción esperada 5%=0.05

Q= 1-p en este caso 1-0.05=0.95

E= margen de error 5%=0.05

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2(N-1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.05 * 0.95 * 35000}{0.05^2(35000-1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

n= 380 encuestas a realizar

El tamaño de muestra obtenida fue de 380 encuestas, el cual se implementó en la parroquia de Salinas de Guaranda debido a que en este lugar existirá mayor afluencia de demanda turística.

3.6 Procesamiento de la Información

El procesamiento de la información se realizó mediante observación directa, revisión de fuentes secundarias y encuestas, utilizando fichas de campo, registros fotográficos y cuestionarios para recolectar datos sobre la oferta turística, la demanda y el turismo potencial de Simiátug, esta información obtenida se sistematizó en territorio y de actores locales, lo que facilitó la clasificación de recursos y la estructuración de productos turísticos sostenibles

Tabla 4

Técnica e instrumentos de los objetivos específicos

Objetivos	Técnica	Instrumento	Estrategia	Actividades Trabajo campo	Actividades de análisis y tabulación de la información.	Cronograma.
Analizar la oferta turística de la zona alta de Simiátug para el establecimiento de una línea base en la investigación.	Entrevista Observación directa. Análisis documental	Guion de entrevistas semiestructuradas; fichas estructuradas de caracterización de la planta turística. Cámara fotográfica. Fichas técnicas del MINTUR, información secundaria del PDOT y planes de desarrollo locales.	Identificar y registrar los recursos turísticos existentes (naturales, culturales y de servicios) mediante visitas presenciales y recopilación documental.	Realizar recorridos en los atractivos turísticos, levantar registros fotográficos, recopilar datos sobre infraestructura, accesibilidad y estado de conservación.	Sistematizar la información recolectada, elaborar fichas descriptivas, clasificar y analizar la oferta turística y la relación entre los recursos y su aprovechamiento.	Del 27 de Octubre Hasta el 14 de Noviembre.
Identificar segmentos y preferencias de la demanda mediante investigación de mercado.	Encuestas. Análisis de datos.	Cuestionario semiestructurado en físico. Tabulación de respuestas, gráficos y porcentajes para la sistematización de resultados.	Conocer las percepciones, motivaciones y preferencias de los turistas y actores locales sobre el destino.	Aplicar encuestas a visitantes y pobladores, recopilar información sobre motivos de viaje, satisfacción y expectativas.	Tabular los datos obtenidos, elaborar gráficos, porcentajes y tablas, identificar los perfiles de los turistas, sus preferencias y motivos de consumo turístico.	Del 7 de Noviembre hasta el 28 de Noviembre.
Estructurar productos turísticos viables con criterios de sostenibilidad y gestión del destino.	Observación directa. Sistematización de información.	Salidas de campo actores, mapa o GPS digital, registros de campo. Croquis de rutas, documentación descriptiva y fichas técnicas de los productos turísticos para la sistematización de resultados. Matriz FODA.	Diseñar productos turísticos sostenibles que integren recursos naturales y culturales con la participación comunitaria.	Realizar salidas de campo participativas con actores locales, identificar potenciales productos, rutas y experiencias turísticas.	Sistematizar los resultados de campo, integrar la información obtenida en propuestas de productos turísticos sostenibles, elaborar fichas técnicas y descripciones finales.	Diciembre - Febrero

Nota: En la tabla se detalla de manera general las técnica e instrumentos que se van a usar.

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Planta turística de la zona alta de Simiátug.

La oferta turística de la zona alta de Simiátug evidencia un territorio con un potencial natural y cultural significativo, aunque limitado por la ausencia de infraestructura formal que permita consolidar una oferta turística organizada, durante el levantamiento de información se identificó que, pese a la riqueza paisajística y la identidad comunitaria que caracteriza a la parroquia, los servicios turísticos aún se encuentran en un estado inicial, lo que condiciona la experiencia del visitante y dificulta el desarrollo de actividades recreativas de mayor alcance.

En conjunto, la presencia de espacios como la feria comunitaria de los días miércoles aporta dinamismo económico y cultural al territorio, reflejando la autenticidad de sus prácticas locales, dado que Simiátug carece de alojamiento y servicios consolidados, se recurrió a Salinas de Guaranda como poblado de referencia para contextualizar la oferta turística disponible en el entorno vecino, no obstante, el enfoque principal de esta investigación recae en la oferta turística disponible de Simiátug.

4.1.1 Atractivos Turísticos.

La zona alta de Simiátug alberga atractivos naturales de alto valor que se encurtan en las comunidades de Boliche, Rayo Pamba, Cocha Colorada y El Tingo, los cuales destacan por sus paisajes, su relación con las comunidades y su estado de conservación, estos recursos incluyen lagunas, cerros y formaciones geológicas que poseen condiciones favorables para el desarrollo de actividades como el senderismo, la observación panorámica y el turismo comunitario. Sin embargo, se constató que aún existen limitaciones en accesibilidad, señalización y servicios básicos, lo que impide su consolidación como productos turísticos estructurados, a continuación, se presenta la tabla correspondiente al inventario de atractivos turísticos levantado mediante la ficha MINTUR.

Tabla 5

Convivencia cultural comunidad Cocha Colorada

Nombre del atractivo	Convivencia cultural comunidad Cocha Colorada		
Categoría	Manifestación cultural		**Jerarquía**
Tipo	Folclore		II
Subtipo	Fiestas religiosas y creencia populares		
Ubicación	**Cantón**	Guaranda	
	Parroquia	Simiátug	
	Comunidad	Cocha Colorada	

Fotografía del atractivo



Fotografía: Melanie Rea &Jissenia Quinaloa.

Latitud	-1.31462
Longitud	-78.97048
Altitud	3650 msnm

Descripción del lugar

El recurso turístico brinda a los visitantes la oportunidad de convivir con las prácticas culturales de la comunidad de Cocha Colorada, ya que permite involucrarse en rituales propios del lugar, apreciar sus paisajes andinos, de este modo, se genera un acercamiento directo a la vida comunitaria y se fomenta un turismo genuino, vivencial y participativo.

Nota: La tabla muestra un resumen del atractivo turístico que se obtuvo mediante la metodología del MINTUR; elaborado por: Melanie Rea & Jissenia Quinaloa.

Análisis:

Este atractivo evidencia un fuerte componente de identidad comunitaria, ya que su relevancia radica en la transmisión viva de rituales, celebraciones y creencias locales, la experiencia permite al visitante integrarse en prácticas simbólicas que refuerzan el sentido de pertenencia de la comunidad y muestran la persistencia de tradiciones ancestrales. No obstante, la falta de guías locales dificulta una interpretación adecuada del profundo significado del ritual, generando así limitaciones para el aprovechamiento de un producto vivencial.

Tabla 6

Laguna Galo Cocha

Nombre del atractivo	Laguna Galo Cocha		
Categoría	Atractivo Natural		Jerarquía
Tipo	Ambiental Lacustres		II
Subtipo	Laguna		
Ubicación	**Cantón**	Guaranda	
	Parroquia	Simiátug	
	Comunidad	Cocha Colorada	
Fotografía del atractivo		**Latitud**	-1.32255
		**Longitud**	-78.96573
		Altitud	3757 msnm

Fotografía: Melanie Rea &Jissenia Quinaloa.

Descripción del lugar

En la superficie de la laguna predominan extensiones de totora y musgos de tonos marrones, mientras que en el centro se mantiene un espacio de agua despejada, el entorno constituye un refugio para aves silvestres como patos y garzas, y en sus márgenes prosperan diversas especies de flora nativa y algunas introducidas, lo que contribuye a su importancia ecológica y a la belleza del paisaje que la rodea.

Nota: La tabla muestra un resumen del atractivo turístico que se obtuvo mediante la metodología del MINTUR; elaborado por: Melanie Rea & Jissenia Quinaloa.

Análisis:

Esta laguna presenta un ecosistema de alto valor ambiental en el que desembocan flora acuática y aves silvestres, elementos que configuran un paisaje natural atractivo para el turismo de naturaleza, sus características la posicionan como un espacio apto para actividades de recreación y contemplación, aunque la ausencia de senderos definidos y la falta de señalización provoca una reducción de autoguiado para los visitantes, en conjunto, el atractivo posee

potencial para convertirse en un destino ecoturístico, siempre y cuando se incorpore señalización, sendero y servicios básicos de apoyo.

Tabla 7

Torre "Warmi Roca"

Nombre del atractivo	Torre "Warmi Roca"		
Categoría	Atractivo Natural		**Jerarquía**
Tipo	Fenómeno Geológico		II
Subtipo	Escarpa de Falta		
Ubicación	**Cantón**	Guaranda	
	Parroquia	Simiátug	
	Comunidad	Cocha Colorada	

Fotografía del atractivo



Fotografía: Melanie Rea &Jissenia Quinaloa.

Latitud	-1.33475
Longitud	-78.96073
Altitud	3966 msnm

Descripción del lugar

Situada a unos 45 minutos de la laguna Galo Cocha, esta imponente torre, alcanza cerca de 80 metros de altura, es posible contemplar amplias cordilleras occidentales de los Andes, además, se presenta como un espacio propicio para la escalada, la toma de fotografía.

Nota: La tabla muestra un resumen del atractivo turístico que se obtuvo mediante la metodología del MINTUR; elaborado por: Melanie Rea & Jissenia Quinaloa.

Análisis:

Este fenómeno geológico se destaca por poseer 80 metros de altura y por su ubicación estratégica que permite apreciar la cordillera occidental de los Andes, configurando un espacio óptimo para actividades como fotografía, trekking y posible escalada, su particularidad lo convierte en un destino altamente atractivo, aunque no existe infraestructura de seguridad, rutas

formales ni puntos de información, se lo posiciona como un atractivo clave para diseñar productos de aventura controlada dentro de un modelo de turismo comunitario regulado.

Tabla 8

Torre "Kari Roca"

Nombre del atractivo	Torre "Kari Roca"		
Categoría	Atractivo Natural		**Jerarquía**
Tipo	Fenómeno Geológico		II
Subtipo	Escarpa de Falta		
Ubicación	**Cantón**	Guaranda	
	Parroquia	Simiátug	
	Comunidad	Cocha Colorada	
Fotografía del atractivo		**Latitud**	-1.33318
		**Longitud**	-78.96119
		Altitud	3932 m.s.n.m
Fotografía: Melanie Rea &Jissenia Quinaloa.			
Descripción del lugar			
La Torre Kari se localiza a unos 20 minutos de la formación Warmi Roca y destaca por ofrecer amplias vistas de la cordillera occidental de los Andes. Esta elevación alcanza cerca de 90 metros y, durante el trayecto hacia su cima, es posible avistar fauna típica del páramo, como lobos de páramo, llamas y aves representativas como el colibrí y el curiquingue.			

Nota: La tabla muestra un resumen del atractivo turístico que se obtuvo mediante la metodología del MINTUR; elaborado por: Melanie Rea & Jissenia Quinaloa.

Análisis:

La Torre Kari Roca se distingue por la combinación de elementos geológicos y paisajísticos que enriquecen la experiencia del visitante, durante el ascenso se observan aves y fauna de páramo, lo que incrementa su valor ecológico y lo convierte en un atractivo integral para el turismo de montaña. Aunque posee un gran potencial para rutas interpretadas y

senderismo de altura, enfrenta dificultades similares a Warmi Roca es decir la falta de accesibilidad adecuada, inexistencia de señalización y ausencia de puntos de descanso, restringiendo así la llegada de visitantes al lugar.

Tabla 9

Cerro Carbosan

Nombre del atractivo	Cerro Carbosan		
Categoría	Atractivo Natural		**Jerarquía**
Tipo	Montaña		Recurso
Subtipo	Colinas		
Ubicación	**Cantón**	Guaranda	
	Parroquia	Simiátug	
	Comunidad	Rayo Pamba	
Fotografía del atractivo		**Latitud**	-1.34358
		Longitud	-78.98338
		Altitud	4204 msnm



Fotografía: Melanie Rea &Jissenia Quinaloa.

Descripción del lugar

En este recurso se resalta grandes afloraciones rocosas, rodeadas de pinares y extensiones de pajonal, el lugar sirve de refugio para fauna como guarros, curiquingues, lobos, zorros y venados. además, allí permanecen los restos de una aeronave accidentada en la década de 1980, elemento que aporta un significado histórico y cultural adicional al sitio.

Nota: La tabla muestra un resumen del atractivo turístico que se obtuvo mediante la metodología del MINTUR; elaborado por: Melanie Rea & Jissenia Quinaloa.

Análisis:

El Cerro Carbosan integra elementos naturales e históricos que lo convierten en un atractivo singular, destacado por su hábitat de fauna y restos de una aeronave accidentada, los

cuales añaden un componente de memoria histórica poco común en la zona. Esta mezcla lo posiciona como un sitio ideal para la realización de actividades de senderismo e interpretación ambiental con el fin de atraer tanto a turistas nacionales como internaciones, sin embargo, la ausencia de acciones de conservación patrimonial podría ocasionar un deterioro sobre los restos del avión.

Tabla 10

Aguas minerales Jaihoa

Nombre del atractivo	Aguas minerales Jaihoa		
Categoría	Atractivo Natural		**Jerarquía**
Tipo	Ríos		II
Subtipo	Manantial o fuente		
Ubicación	**Cantón**	Guaranda	
	Parroquia	Simiátug	
	Comunidad	Rayo Pamba	
Fotografía del atractivo		**Latitud**	-1.22073
		Longitud	-78.49756
		Altitud	3717 msnm



Fotografía: Melanie Rea &Jissenia Quinaloa.

Descripción del lugar

Las Aguas Minerales Jaihoa, está situado en medio de una formación rocosa conocida como el "Saguan", la cual antecede a la chorrera denominada "Paila", una depresión donde se acumula el agua proveniente de las almohadillas del páramo.

Nota: La tabla muestra un resumen del atractivo turístico que se obtuvo mediante la metodología del MINTUR; elaborado por: Melanie Rea & Jissenia Quinaloa.

Análisis:

El atractivo presenta una combinación de elementos hídricos y geológicos que forman un paisaje notable, la presencia del "Saguan" como formación rocosa de ingreso y la depresión denominada "Paila" generan un escenario natural único para el turismo vivencial. Su carácter

de fuente natural de agua lo convierte en un recurso potencial para actividades interpretativas relacionadas con la hidrología del páramo, no obstante, su débil accesibilidad y la falta mantenimiento limitan la experiencia del visitante.

Tabla 11

Cerro Uya Linki

Nombre del atractivo	Cerro Uya Linki		
Categoría	Atractivo Natural		**Jerarquía**
Tipo	Montaña		I
Subtipo	Colinas		
Ubicación	**Cantón**	Guaranda	
	Parroquia	Simiátug	
	Comunidad	El Tingo	
Fotografía del atractivo		**Latitud**	- 1.31712
		Longitud	- 78.94397
		Altitud	3898 msnm



Fotografía: Melanie Rea &Jissenia Quinaloa.

Descripción del lugar

Desde este mirador se pueden contemplar vistas panorámicas que incluyen el volcán Chimborazo y formaciones rocosas con siluetas naturales, además de observarse fauna como conejos, zorros, lobos, llamas y diversas aves silvestres.

Nota: La tabla muestra un resumen del atractivo turístico que se obtuvo mediante la metodología del MINTUR; elaborado por: Melanie Rea & Jissenia Quinaloa.

Análisis:

Este mirador natural ofrece una experiencia visual destacada al permitir observar el volcán Chimborazo y formaciones rocosas con siluetas naturales que enriquecen el recorrido, la presencia de fauna silvestre añade interés para actividades de aventurismo y fotografía, su jerarquía I confirma su importancia estratégica dentro del sistema de atractivos de Simiátug, a

pesar de ello, no cuenta con adecuaciones turísticas básicas, lo que genera limitaciones de permanecía para los turistas.

Tabla 12

Cascada kishuar

Nombre del atractivo	Cascada kishuar		
Categoría	Atractivos Naturales		**Jerarquía**
Tipo	Rio		I
Subtipo	Cascada		
Ubicación	**Cantón**	Guaranda	
	Parroquia	Simiátug	
	Comunidad	El Tingo	
Fotografía del atractivo		**Latitud**	-1.32738
		Longitud	- 78.94276
		Altitud	3900 msnm



Fotografía: Melanie Rea &Jissenia Quinaloa.

Descripción del lugar

La cascada posee una caída de 25 metro y en su trayecto es posible observar conejos del páramo, extensos pastizales verdes y formaciones rocosas con siluetas naturales, al llegar, se descubre una majestuosa cascada que desemboca en una pequeña laguna, este lugar conserva su encanto y resulta ideal para la observación de aves, acampar y disfrutar de un baño en sus aguas.

Nota: La tabla muestra un resumen del atractivo turístico que se obtuvo mediante la metodología del MINTUR; elaborado por: Melanie Rea & Jissenia Quinaloa.

Análisis:

La cascada constituye uno de los recursos paisajísticos más sobresalientes ya que integra una majestuosa caída de 25 metros, generando así una pequeña laguna al final, además permite desarrollar actividades como fotografía, camping y baño recreativo, la fauna del

páramo, pastizales y formaciones rocosas genera una experiencia sensorial completa que atraerá a turistas interesado en la naturaleza, dicho esto la cascada se convertiría en un atractivo fijo para el diseño de producto comunitario si se fortalecen las condiciones mínimas de seguridad y manejo ambiental.

Tabla 13

Tabla resumen de la jerarquización de atractivos

N.º	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Convivencia cultural comunidad Cocha Colorada	Manifestación cultural	Folclore	Fiestas religiosas y creencia populares	II
2	Laguna Galo Cocha	Atractivos Naturales	Ambiental Lacustres	Laguna	II
3	Torre “Warmi Roca”	Atractivos Naturales	Fenómeno Geológico	Escarpa de Falta	II
4	Torre “Kari Roca”	Atractivos Naturales	Fenómeno Geológico	Escarpa de Falta	II
5	Cerro Carbosan	Atractivos Naturales	Montañas	Colinas	Recurso
6	Aguas minerales Jaihoa	Atractivos Naturales	Rio	Manantial o fuente	II
7	Cerro Uya Linki	Atractivos Naturales	Montañas	Colinas	I
8	Cascada kishuar	Atractivos Naturales	Rio	Cascada	I

Nota: Tabla resumen de atractivos naturales y culturales de la zona alta de Simiátug.

4.1.2 Alojamiento en Simiátug

Durante la investigación se evidenció que Simiátug dispuso en años anteriores de ciertos establecimientos de alojamiento, pero la escasa llegada de turistas ocasionó su cierre, quedando algunos espacios convertidos en oficinas de arriendo y otros fuera de operación, actualmente, la parroquia no cuenta con infraestructura destinada al hospedaje, lo que genera una dependencia directa de otros poblados para cubrir esta necesidad, esta situación limita la permanencia del visitante y restringe la posibilidad de desarrollar actividades turísticas de mediana o larga duración.

4.1.3 Establecimiento de alimentos y bebidas en Simiátug

En cuanto a la oferta gastronómica, Simiátug cuenta únicamente con dos establecimientos activos, un restaurante y una pizzería, ambos con capacidades reducidas y sin registro formal, aunque estos espacios cumplen una función básica en la atención de residentes y visitantes ocasionales, su limitada infraestructura no permite responder a una demanda turística más amplia, a continuación, se presenta la tabla del inventario de alimentos y bebidas de Simiátug.

Tabla 14

Inventario de la planta turística

Ficha para el inventario de la planta turística comedor "El Pasajero"			
Ubicación	**N° de mesas**	**N° de plazas**	**Coordenadas**
Simiátug frete al parque central	6	30	-1.29147 -78.95943



MENÚ		
Detalle	**Pax**	**Precio**
Desayunos	1	3.00 $
Almuerzos	1	3.00 $
Meriendas	1	3.00 $

Platos a la carta	1	3.00 $ a 5.00$

Servicios e instalaciones	Preparación y entrega de alimentos

Observaciones
No está registrado en el catastro turístico Atención al cliente deficiente

Nota: Detalle del comedor en Simiátug

Tabla 15

Inventario de la planta turística Pizzería " Cutahueñito"

Ficha para el inventario de la planta turística Pizzería "Cutahueñito"			
Ubicación	**N° de mesas**	**N° de plazas**	**Coordenadas**
Simiátug frete al parque central	6	20	-1.29133 -78.96017



MENÚ		
Detalle	**Pax**	**Precio**
Pizza pequeña	4	3.00 $
Pizza mediana	6	5.00 $
Pizza familiar	8	8.50$
Gaseosas	1	0.50 $

Teléfono	0987230570

Servicios e instalaciones	Preparación y entrega de alimentos

Observaciones
No está registrado en el catastro turístico
Atención al cliente deficiente
Espacio reducido
Orden de los electrodomésticos no es adecuada

Nota: Detalle de establecimiento de A&B en Simiátug

Análisis:

La oferta gastronómica de Simiátug muestra un estado incipiente, ya que únicamente dos establecimientos atienden a los visitantes y ambos operan sin registro turístico, lo que evidencia una actividad informal, si bien cumplen la función básica de proveer alimentos, sus limitadas capacidad en atención al cliente y condiciones poco organizadas impiden responder a las expectativas de turistas que buscan experiencias únicas y de calidad. Esta situación afecta directamente la satisfacción del visitante y su tiempo de permanencia en la parroquia, en conjunto, estos establecimientos representan una oportunidad para impulsar procesos de capacitación en gastronomía local, buenas prácticas ambientales y gestión de negocios, para así fortalecer la competitividad de la oferta ya existente.

4.1.4 Feria de alimentos

Adicional se menciona la feria comunitaria de los días miércoles el cual constituye uno de los espacios socioculturales más importantes del territorio, al reunir a comerciantes organizados por secciones como abastos, ropa, ventas ambulantes, y comidas esta actividad, respaldada en el catastro comercial local, refleja la vida económica de la parroquia y su importancia para los habitantes, además de ofrecer a los visitantes un espacio auténtico donde se entrelazan prácticas tradicionales, comercio y convivencia comunitaria. Posteriormente se incluye la tabla correspondiente a la feria, enfocada únicamente en la sección de alimentos.

Tabla 16

Catastro de la feria, sección comida

Catastro de emprendimientos, alimentos y bebidas en Simiátug
Sección de comidas
Se registró un total de 29 puestos de comidas
Descripción
En la sección de comidas encontrásemos, papas fritas, chuzos, cuellos de pollo asado, empanadas de viento, almuerzos completos, tortilla en tiesto, fritada, hornada con llapingacho, choclo cocinado con queso y también productos de repostería como son panes con queo, pasteles grandes y pequeños, gelatina, rosquillas, donas y queques de guindeo, naranja, vainilla y chocolate.
Fotografía de la feria

Fuente: https://surl.li/vspwcq

Nota: El catastro turístico fue brindada por el Gad de Simiátug y para la descripción de cada sección fue importante la salida de campo, en donde se pudo evidenciar los productos que brindaba cada emprendimiento; elaborado por: Melanie Rea & Jissenia Quinaloa.

Análisis:

La feria comunitaria constituye uno de los ejes más representativos de la vida económica en Simiátug, pues se articula a 29 puestos de comida que reflejan la diversidad culinaria local, la presencia de platos tradicionales como fritada, hornado, tortillas y panes artesanales evidencia un patrimonio gastronómico vivo que podría potenciarse como

atractivo turístico si se estructura adecuadamente. Sin embargo, el carácter informal de la feria, la falta de espacios higiénicos y la ausencia de promoción turística limitan su valorización, aun así, el dinamismo social y la autenticidad que ofrece la convierten en un escenario ideal para diseñar productos turísticos basados en cocina tradicional y experiencias comunitarias.

4.1.5 Trasportes disponibles en Simiátug

La planta de transporte que conecta a Simiátug constituye un elemento fundamental para la movilidad y accesibilidad a la parroquia, ya que permite el desplazamiento regular de habitantes y visitantes hacia esta zona, el acceso se realiza mediante la cooperativa Ambateñita, que opera con una frecuencia continua desde Ambato, complementándose con el servicio de camionetas locales que circulan entre Salinas de Guaranda y Simiátug, ofreciendo un traslado flexible, aunque informal, a continuación, se presenta la tabla correspondiente al inventario de la planta de transporte identificada en la parroquia.

Tabla 17

Línea de transporte en Simiátug

Transporte			
Empresa	**Origen - Destino**	**Frecuencia aproximada**	**Detalle**
Cooperativa Ambateñita	Ambato / Simiátug	Cada 1 a 2 horas durante el día	En Simiátug si tienen oficina.
Camionetas (Servicio local)	Salinas de Guaranda / Simiátug	Cada 30 min a 1 hora	No pertenecen a ninguna cooperativa.

Nota: Transporte que conduce a Simiátug

Análisis:

El sistema de transporte hacia Simiátug refleja una conectividad funcional pero limitada, ya que depende exclusivamente del bus la Ambateñita y de las camionetas no

registradas en una cooperativa. La frecuencia es suficiente para los habitantes de la misma comunidad, pero para los turistas resulta un servicio limitado, incomodo e inseguro el cual puede afectar la permanecía del mismo, aun así, este sistema representa una oportunidad para articular procesos de mejora en su movilidad así la comunidad.

4.1.6 Complemento de la planta turísticas

Si bien Simiátug es el centro del análisis, se incluye a Salinas de Guaranda como un referente complementario debido a su cercanía y a la disponibilidad de servicios turísticos que no existen actualmente en la parroquia de estudio, Salinas de Guaranda cuenta con establecimientos de alojamiento, restaurantes, una operadora turística y una agencia de viajes registrados en el Viceministerio de Turismo, lo que permite actuar como un punto de apoyo para los visitantes que recorren Simiátug, esta información se incorpora exclusivamente como complemento metodológico para contextualizar el funcionamiento regional y comprender la relación de dependencia que se genera cuando un territorio ofrece atractivos naturales pero carece de infraestructura para recibir visitantes, después de esta descripción se presentarán las tablas correspondientes a la planta turística de Salinas de Guaranda.

Alojamientos

Tabla 18

Inventario del hotel "El Refugio"

Ficha para el inventario de la planta turística Hostal "El Refugio"			
Categoría	**Tipo**	**Subtipo**	**Coordenadas**
Alojamiento	Hotelero	Hotel	1°24'15"S 79°01'13"W



Ubicación	Teléfono	N° de habitaciones
Vía Simiátug	0983095059	16

DISTRIBUCIÓN DE LAS HABITACIONES

Detalle	Pax	Precio
3 habitaciones matrimoniales	6	40.00 $
7 habitaciones dobles	21	60.00 $
1 habitación triple	4	80.00 $
1 habitación cuádruple	5	100 $
4 habitaciones con servicio compartido	20	15 x Pax
Número de plazas	56	
Servicios e instalaciones	Restaurante, Baño privado, Parqueadero Tv cable, Agua caliente	

Observaciones

Posee salón de eventos para 200 personas.
Realizan talleres de capacitación.
La capacidad de carga del restaurante es de 42 personas y cuenta con 8 mesas.
El costo de las habitaciones también viene con el desayuno incluido.
Otra comida adicional como platos a la carta tiene un costo adicional de 5.00$.

Nota: Especificación de alojamiento en Salinas

Tabla 19

Inventario del hostal "kachi Yaku"

Ficha para el inventario de la planta turística Hostal "kachi Yaku"			
Categoría	**Tipo**	**Subtipo**	**Coordenadas**
Alojamiento	Hotelero	Cabaña	-1.40573 -79.01942
			
Ubicación	**Teléfono**		**N° de habitaciones**
Salinerito y panzaleo.	0992401454		12
DISTRIBUCIÓN DE LAS HABITACIONES			
Detalle	**Pax**		**Precio**
7 habitación doble	21		12 $
4 habitaciones matrimonial	8		12 $
1 habitación grupal	6		12 $
Número de plazas		36	
Servicios e instalaciones		Baño privado, Parqueadero. Tv cable, Agua caliente.	
Observaciones El parqueadero es reducido, solo abastece para un vehículo. La sala de recepción es en la planta subterránea.			

Nota: Especificación de alojamiento en Salinas

Alimentos y Bebidas

Tabla 20

Inventario de alimentos y bebidas en Salinas de Guaranda

Inventario de la planta turística de alimentos y bebidas de Salinas de Guaranda									
N.°	**Parroquia**	**Nombre del establecimiento**	**Dirección**	**Teléfono**	**N.° Mesas**	**Productos**	**N.° Plazas**	**Precio**	**Imagen**
1		Sal Pizza	Plaza Central	0989036530	6	Pizza Empanada Sándwich Lasaña Pasta	20-30	3.50 $ en adelante	
2		Pizzería “El Suko”	Calle Tibos Pungo	0985177114	7	Pizza Lasaña Chocolate Platos a la carta	30	5.00 $ en adelante	
3		Pizzería “La “Vaca”	Calle Guayamas	0985177120	7	Pizza Platos a la carta	40		
4		Pizzería “Casa Nuestra”	Calle Salinerito y Samilahua	0968684561	8	Platos a la carta	60	4.00 $ en adelante	
5	Salinas de Guaranda	Pizzería “Los Andes”	Calle Jose-Dubach	0990108416	4	Pizzas variadas Platos a la carta	20	4.00 $ en adelante	
6		Cafetería	Fábrica de Chocolate	0993047867	3	Café Chocolate caliente Sándwich Tablitas salineras	12	2.00 $ en adelante	
7		Roxy Café	Calle Jose-Dubach y Guayamas	0994506171	5	Café Chocolate caliente Pizza Lasaña Platos a la carta	30	2.00 $ en adelante	

8	Tayta Beer	Plaza Central	0999326817	9	Platos a la carta Almuerzos Bebidas	50		
9	Cafetería FunorSal	Plaza Central	0967188133	5	Desayunos Sándwich	25	2.00 $ en adelante	
1 0	Restaurante “Sarita”	Plaza Central	0998353596	10	Ceviche Encebollado Bolón Desayuno Continental Desayuno Completo	30	2.75 $ en adelante	
11	Tradición Salinerito	Matiabí Salinas	098803148	10	Desayuno Completos Almuerzos Completos Platos a ala carta	79	3.50 $ en adelante	
12	Restaurante “El Mirador”	Frente a las minas de sal	0992436874	10	Llapingacho Fritada Caldo de pata Almuerzos Desayunos	35	2.50 $ en adelante	
13	Asadero Rea	Cabella Jose-Dubach	0985192838	6	Almuerzos	24	3.00 $	

Nota: Condensado el servicio de A&B en Salinas

4.1.7 Operadora Turística

Tabla 21

Inventario de la Operadora Faraliones Tours S.A

Inventario de la planta turística de Operadora Turística								
N°	**Parroquia**	**Nombre del establecimiento**	**Dirección**	**Latitud**	**Longitud**	**Alquiler y venta**	**Venta de Artesanías**	**Imagen**

1	Salinas de Guaranda.	Operadora Faraliones Tours S.A.	Calle mateque salinas y los tomabelas.	-1.40516	-79.01872	Equipamiento para actividades turísticas	NO	

Guía	**Local**	SI	**Nacional**	SI	**Especializado**	SI	**Permisos**	SI	

Nota: Especificación de la operadora de turismo en Salinas

4.1.8 Agencia de viaje

Tabla 22

Inventario de la Agencia Operativa RUNANDES

Inventario de la planta turística de Agencia de Viaje								
N°	**Parroquia**	**Nombre del establecimiento**	**Dirección**	**Latitud**	**Longitud**	**Alquiler y venta**	**Venta de Artesanías**	**Imagen**
	Salinas de Guaranda	Agencia Operativa RUNANDES	Calle principal José Dubach	-1.40469	-79.01949	Equipamiento para actividades turísticas	NO	

Guía	**Local**	-	**Nacional**	-	**Especializado**	-	**Permisos**	SI	

Nota: Especificación de la operadora en Salinas

Análisis de la oferta de Salinas de Guaranda:

Los establecimientos “El Refugio” y “Kachi Yaku” ofrecen un total de 92 plazas, con servicios completos y precios accesibles, la infraestructura consolidada garantiza la permanencia de visitantes y permite actividades de mediana duración, lo que contrasta con la ausencia de hospedaje en Simiátug.

La oferta gastronómica es amplia y diversificada, con 13 establecimientos que incluyen pizzerías, cafeterías y restaurantes, los precios accesibles y la variedad de productos, desde

platos típicos hasta opciones internacionales, aseguran la atención a distintos segmentos de turistas y consolidan la experiencia gastronómica.

La presencia de intermediarios turísticos registrados fortalece la cadena de valor, al organizar paquetes, alquiler de equipos y venta de artesanías, este componente asegura la articulación entre atractivos y servicios, posicionando a Salinas como un referente regional y como soporte indispensable para el desarrollo turístico de Simiátug.

Discusión:

Los resultados muestran que Simiátug posee una oferta de atractivos naturales y culturales diversos, entre ellos montañas, lagunas, aguas minerales, formaciones geológicas y manifestaciones culturales propias de cada comunidad, no obstante, estos recursos carecen de infraestructura mínima necesaria para garantizar una visita segura y satisfactoria, como señalización, servicios higiénicos o centros de interpretación. Esta realidad guarda relación con lo planteado por Cuétara et al. (2022), quienes desarrollan una metodología para estructurar productos turísticos de naturaleza en comunidades rurales y concluyen que, aunque muchos territorios cuentan con recursos de alto valor, la falta de planificación y servicios básicos dificulta la consolidación de productos turísticos sostenibles, lo observado en Simiátug afirma que el potencial del territorio se ve limitado por la ausencia de infraestructura de soporte.

En cuanto a la planta turística, los resultados evidencian que el alojamiento formal es inexistente en Simiátug y que la visita depende, en gran medida, de los servicios ofrecidos en Salinas de Guaranda, que funciona como un centro de apoyo regional en hospedaje y servicios complementarios que actualmente no existen en la parroquia Simiátug y permite la llegada de visitantes, pero impide que la mayor parte del beneficio económico se quede en Simiátug. Esta situación según, Miranda et al. (2024), mencionan una evaluación del uso turístico de Balsa pamba, donde se identifica que la ausencia de hospedaje y servicios básicos dentro del destino

obliga a los turistas a recurrir a localidades cercanas, reduciendo la competitividad y el impacto económico local, de esta manera la dependencia de Simiátug hacia los servicios de Salinas evidencia la necesidad de desarrollar su propia oferta turística.

Respecto a la gastronomía, se identificó una oferta conformada principalmente por establecimientos pequeños e informales, con menús poco diversificados y capacidades limitadas. Estos resultados se relacionan con la investigación de Nazareno (2020), quien en su estudio sobre turismo rural comunitario en Bocana de Ostiones destaca que en varias comunidades rurales la gastronomía surge de iniciativas familiares sin estándares de calidad, lo que afecta la percepción del visitante y limita la permanencia, dicho esto la falta de establecimientos gastronómicos consolidados impide utilizar la cocina local como un atractivo complementario, en contraste, Salinas de Guaranda posee una oferta gastronómica más estructurada, lo que refuerza su papel como complemento pero, al mismo tiempo, incrementa la dependencia externa de la parroquia.

De la misma manera Según, Guacho & Chuquimarca (2024), quienes analizan el desarrollo de la finca ecoturística el Arbolito señalan que la consolidación del turismo rural depende de la gestión organizativa, el fortalecimiento comunitario y la articulación con actores externos. En Simiátug, la falta de organización limita la creación de productos integrados, mientras que, en Salinas, la presencia de emprendimientos consolidados demuestra cómo la organización turística favorece el desarrollo económico local.

Finalmente, los resultados demuestran que Simiátug no cuenta con rutas adaptadas, información accesible, ni servicios para diferentes capacidades físicas, este hallazgo coincide con la revisión sistemática de Rodríguez et al. (2024), quienes identifican que, a nivel nacional, la accesibilidad es una de las brechas más significativas debido a la falta de infraestructura inclusiva y a la escasa incorporación de criterios de accesibilidad universal en la planificación,

a pesar de que Salinas de Guaranda cuenta con servicios turísticos más desarrollados y organizados, aún no incorpora completamente a estos criterios.

4.2 Segmentación y las preferencias de la demanda turística en la zona alta de Simiátug

Para obtener información sobre la demanda turística, se aplicaron 380 encuestas a visitantes y potenciales turistas, aunque el estudio se enfoca en la zona alta de Simiátug, durante el trabajo de campo se evidenció que su afluencia turística era limitada, por esta razón, para la recolección de datos se tomó en cuenta a Salinas de Guaranda, la localidad más cercana y con mayor movimiento de visitantes, esta decisión metodológica permitió acceder a un público más amplio y diverso, garantizando la recopilación de datos representativos y útiles para comprender el perfil, los intereses y las preferencias de los turistas que podrían visitar Simiátug.

Además, en esas fechas se desarrolló la Feria del Queso en Salinas, donde facilitó acceder a un público diverso, permitiendo obtener datos sobre características sociodemográficas, motivaciones, intereses y expectativas relevantes para el estudio, a estos visitantes se les consultó si conocían o habían visitado la zona alta de Simiátug, donde 24 personas afirmaron haberla visitado y se les evaluó su percepción sobre la oferta turística local, revelando debilidades en aspectos como limpieza, señalización, seguridad, hospitalidad, servicios turísticos y promoción, esta información complementaria permitió no solo perfilar a los visitantes, sino también identificar las áreas prioritarias que requieren intervención.

Sección 1. Datos generales del visitante.

Tabla 23

Detalles específicos de los lugares de procedencia

Lugar de Procedencia			
Provincia	**Cantidad**	**Cantón**	**Cantidad**

Guayas	60	Guayaquil	54
		Duran	6
Pichincha	64	Quito	64
Tungurahua	29	Ambato	23
		Pelileo	1
		Patate	5
Chimborazo	14	Riobamba	14
Cotopaxi	30	Latacunga	30
Los Ríos		Babahoyo	24
		Ventanas	10
		Quinsaloma	9
Bolívar	71	Guaranda	24
		Las Naves	14
		Montalvo	15
		Echeandía	8
		Chimbo	5
		San Miguel	5
Manabí	19	Portoviejo	19
Santa Elena	12	Santa Elena	12
Imbabura	1	Ibarra	1
Santo Domingo	10	Santo Domingo	10
Esmeraldas	11	Esmeraldas	11
Internacional	**Cantidad**		
Estados Unidos	13	Estados Unidos	13
Italia	3	Italia	3
Total		**380**	

Nota: Condensado del lugar de procedencia

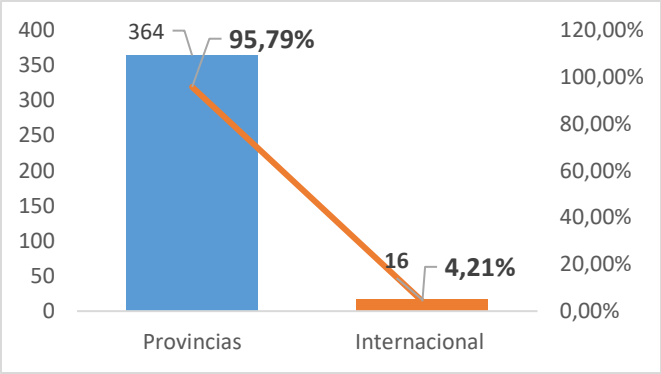
Tabla 24

Síntesis de los lugares de procedencia

Procedencia	**Cantidad**	**Porcentaje**
Provincias	364	95,79%
Internacional	16	4,21%
Total	**380**	**100,00%**

Ilustración 2

Lugar de procedencia de la demanda turística



Fuente: Elaborado por Rea & Quinaloa

Análisis:

Como se observa en la tabla, la mayor parte de turistas encuestados en Salinas de Guaranda son mayoritariamente turistas nacionales (95,79%), provenientes principalmente de provincias como Pichincha, Guayas, Los Ríos y Tungurahua, siendo Quito y Guayaquil los cantones con mayor aporte, lo que refleja una intensa movilidad interna y un marcado interés regional por el destino, la presencia internacional es baja (4,21%), limitada a visitantes de Estados Unidos e Italia, lo que indica un alcance extranjero reducido pero con potencial de crecimiento, esta distribución permite inferir que la zona alta de Simiátug podría atraer un perfil de visitantes similar, especialmente de grandes ciudades y provincias cercanas, dada su proximidad geográfica, características andinas y afinidad con el turismo comunitario y de naturaleza.

Tabla 25

Rango de edad de la demanda turística

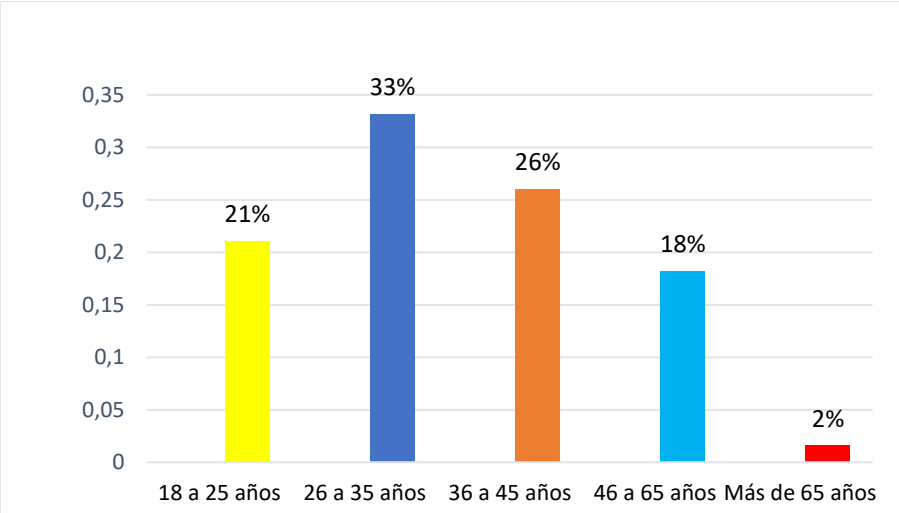
Rango de edad		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
18 a 25 años	80	21%

26 a 35 años	126	33%
36 a 45 años	99	26%
46 a 65 años	69	18%
Más de 65 años	6	2%
Total	**380**	**100%**

Nota: Condensado del rango de edad

Ilustración 3

Rango de edad de la demanda turística



Fuente: Elaborado por Rea & Quinaloa

Análisis:

La mayor concentración de turistas se ubica entre los 26 y 35 años (33%) seguida de los 36 y 45 años (26%), lo que revela que la demanda proviene en gran parte de adultos jóvenes interesados en actividades activas como naturaleza, aventura y cultura. Este perfil indica un público con capacidad de desplazamiento, interés por conocer destinos emergentes y predisposición a participar en actividades recreativas, para captar y fidelizar este segmento, es importante fortalecer experiencias vivenciales, zonas de descanso, servicios turísticos organizados y propuestas adaptadas a grupos activos. Además, se encuentran los adultos mayores, donde su participación podría incrementarse si se fortalecen servicios de

accesibilidad, seguridad y espacios de menor exigencia física, como miradores accesibles, recorridos cortos o actividades culturales, del mismo modo, el turismo familiar sugiere la presencia de niños en los viajes, por lo que incorporar áreas recreativas, actividades educativas y espacios seguros aportaría valor adicional a la experiencia turística, ampliando el público objetivo y promoviendo estancias más completas y satisfactorias.

Tabla 26

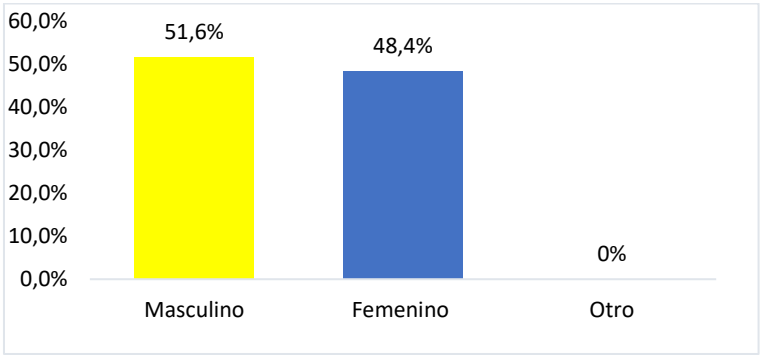
Género de la demanda turística

Género		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
Masculino	196	51,6%
Femenino	184	48,4%
Otro	0	0%
Total	**380**	**100%**

Nota: Condensado del género

Ilustración 4

Género de la demanda turística



Fuente: Elaborado por Rea & Quinaloa

Análisis:

Se observa una distribución equilibrada entre hombres (51,6%) y mujeres (48,4%), lo que indica que el destino atrae de manera proporcional a ambos géneros, esta paridad refleja

que el turismo en la zona responde a motivaciones generalizadas y no a preferencias específicas por género, por lo que la oferta puede orientarse de manera homogénea.

Tabla 27

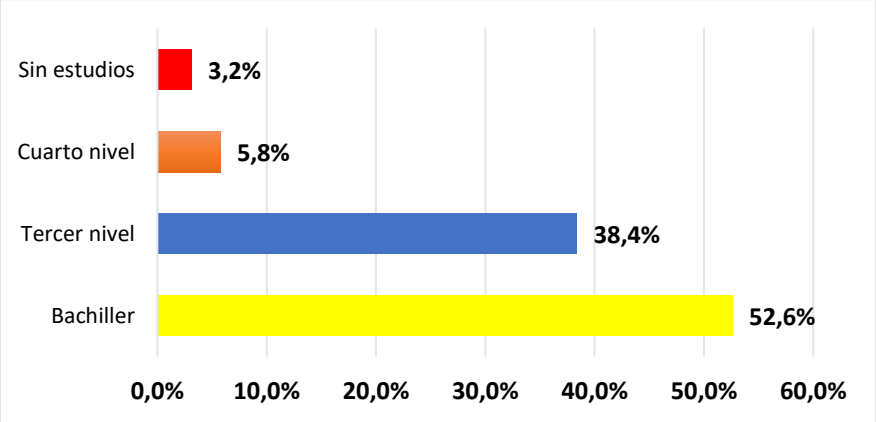
Nivel de educación de la demanda turística

Nivel de educación		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
Bachiller	200	52,6%
Tercer nivel	146	38,4%
Cuarto nivel	22	5,8%
Sin estudios	12	3,2%
Total	**380**	**100%**

Nota: Condensado del nivel de educación

Ilustración 5

Nivel de educación de la demanda turística



Fuente: Elaborado por Rea & Quinaloa

Análisis:

Los resultados reflejan que un 52,6% de los visitantes posee nivel de bachillerato y un 38% cuenta con estudios universitarios de tercer nivel, evidenciando un perfil de visitante con nivel educativo medio alto, este segmento suele valorar experiencias interpretativas y actividades culturales, por lo que representa una oportunidad estratégica para el desarrollo de

turismo comunitario y vivencial, también el porcentaje de personas sin estudios o bajos recursos representa un segmento potencial, ya que suelen relacionarse al turismo a través de actividades accesibles como espacios abiertos, ferias, gastronomía o festividades tradicionales y esto abre la posibilidad de ofertar experiencias inclusivas, señalética adecuada y actividades familiares que permitan disfrutar de manera equilibrada a todos los turistas quienes buscan experiencias simples, recreativas y económicas.

Tabla 28

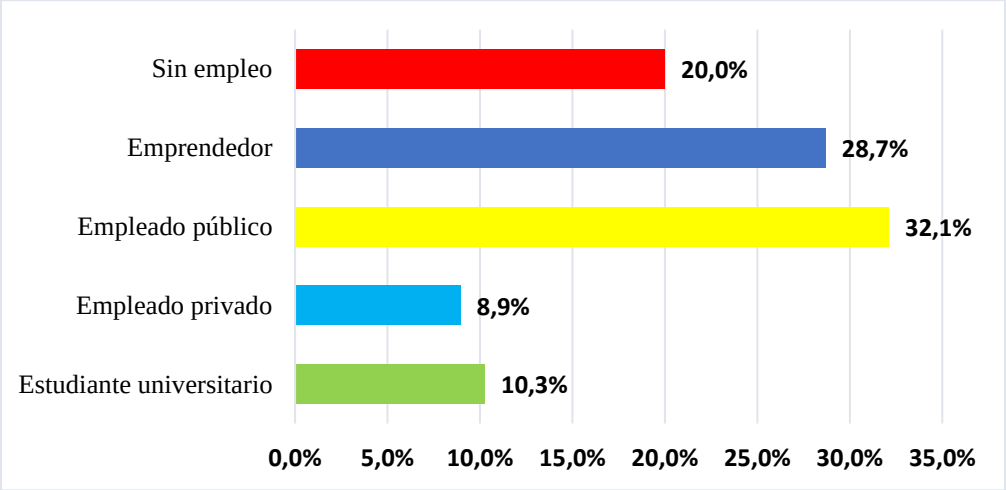
Ocupación principal de la demanda turística

Ocupación principal		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
Estudiante universitario	39	10,3%
Empleado privado	34	8,9%
Empleado público	122	32,1%
Emprendedor	109	28,7%
Sin empleo	76	20,0%
Total	**380**	**100%**

Nota: Condensado de la ocupación del visitante

Ilustración 6

Ocupación principal de la demanda turística



Fuente: Elaborado por Rea & Quinaloa

Análisis:

Los grupos mayoritarios son empleados públicos (32,1%) y emprendedores (28,7%), lo que refleja una población laboralmente activa y con poder adquisitivo moderado, la presencia de visitantes sin empleo y estudiantes universitarios, son segmentos que suelen buscar experiencias económicas, accesibles y de corta duración, lo cual podría orientar la diversificación de la oferta hacia actividades de bajo costo y estadías breves.

Tabla 29

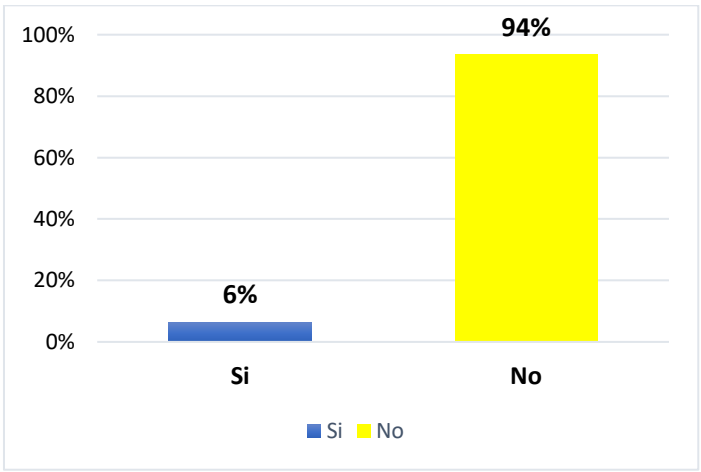
Visita a la zona alta de Simiátug

¿Ha visitado antes la zona alta de Simiátug?		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
Si	24	6%
No	356	94%
Total	**380**	**100%**

Nota: Condensado sobre si conoce el lugar de estudio

Ilustración 7

Visita a la zona alta de Simiátug



Fuente: Elaborado por Rea & Quinaloa

Tabla 30

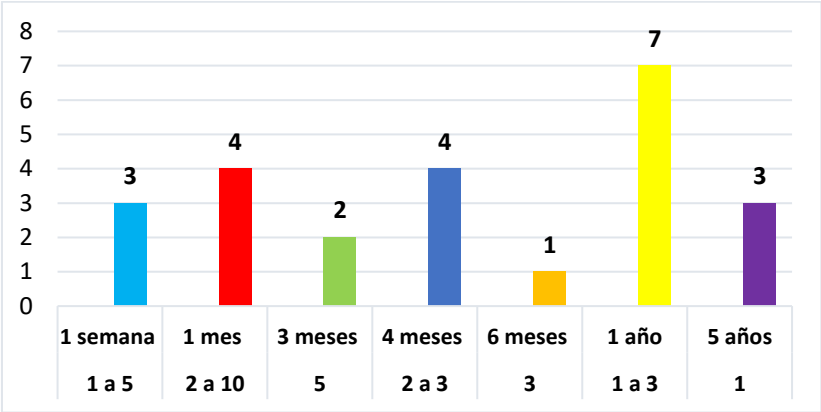
Cuantas veces visitaron la zona alta de Simiátug

Cuantas veces	Ultima visita	Cantidad
1 a 5	1 semana	3
2 a 10	1 mes	4
5	3 meses	2
2 a 3	4 meses	4
3	6 meses	1
1 a 3	1 año	7
1	5 años	3
Total		**24**

Nota: Condensado del número de visitas a Simiátug

Ilustración 8

Cuantas veces visitaron la zona alta de Simiátug



Fuente: Elaborado por Rea & Quinaloa

Análisis:

Los datos revelan que el 94% nunca ha visitado Simiátug, pese a encontrarse relativamente cerca de Salinas de Guaranda, esto evidencia una baja visibilidad turística del destino, pero también un amplio potencial para atraer nuevos visitantes. Solo el 6% ha visitado la zona alta de Simiátug, con frecuencias de 1 a 5 veces, y la mayoría lo hizo aproximadamente hace un año, señalando un bajo nivel de posicionamiento actual. Sin

embargo, esto implica un potencial atractivo, ya que existe una amplia demanda no explorada que puede convertirse en visitantes reales si se fortalecen la promoción y la oferta turística.

Sección 2: Percepción de la oferta turística de la zona alta de Simiátug.

Tabla 31

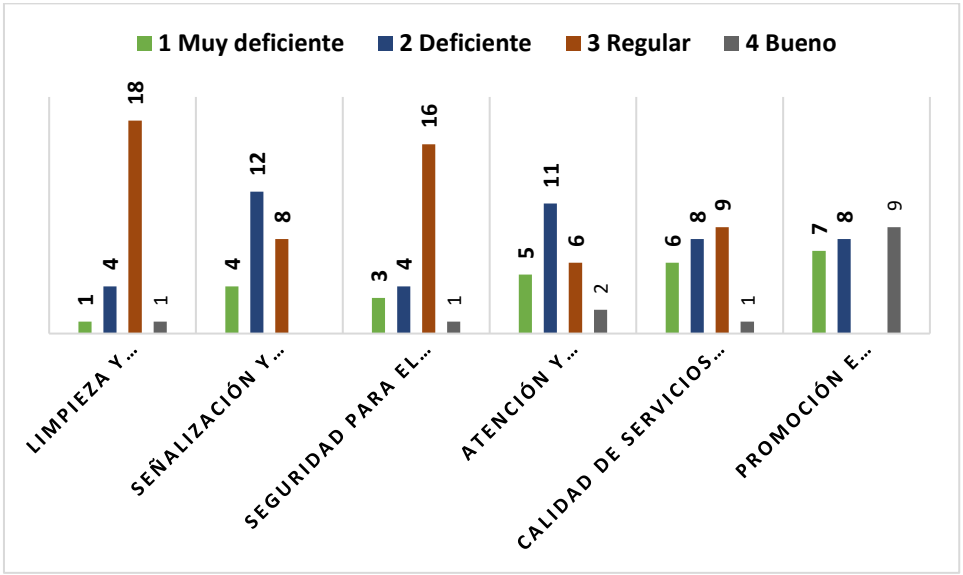
Evaluación a criterios de la oferta turística de la zona alta de Simiátug

Evaluación 1 (muy deficiente) a 5 (excelente)						
Criterio	**1 Muy deficiente**	**2 Deficiente**	**3 Regular**	**4 Bueno**	**5 Excelente**	**Total**
Limpieza y conservación de atractivos	1	4	18	1		24
Señalización y accesibilidad	4	12	8			24
Seguridad para el turista	3	4	16	1		24
Atención y hospitalidad local	5	11	6	2		24
Calidad de servicios turísticos (alojamiento, alimentos y bebidas, guianza)	6	8	9	1		24
Promoción e información disponible	7	8		9		24

Nota: Condensado de la evaluación de la oferta turística

Ilustración 9

Evaluación a criterios de la oferta turística de la zona alta de Simiátug



Fuente: Elaborado por Rea & Quinaloa

Análisis:

La percepción de los visitantes sobre la oferta turística de la zona alta de Simiátug refleja varias debilidades que limitan su competitividad. En primer lugar, la limpieza y conservación de los atractivos es evaluada mayoritariamente como regular, lo que indica que, existe cierto mantenimiento, aún no se alcanza un nivel adecuado para un destino en crecimiento, asimismo, la señalización y la accesibilidad son consideradas entre deficientes y regulares, lo que evidencia dificultades en la orientación y en el desplazamiento hacia los atractivos, esto se convierte, por tanto, en uno de los principales desafíos a resolver.

De igual manera, la seguridad es percibida como regular, lo que sugiere que, si bien no existen riesgos evidentes, tampoco se cuenta con garantías claras que generen confianza en el visitante, en relación con la atención y hospitalidad local, la mayoría de turistas la califica entre deficiente y regular, lo que demuestra la necesidad de fortalecer procesos de capacitación comunitaria para mejorar la calidad del servicio., además, la calidad de los servicios turísticos como alojamiento, alimentación y guianza, también se mantiene en un nivel regular, reflejando una oferta básica que aún requiere consolidarse.

Finalmente, la promoción e información disponible es considerada como deficiente, dificultando así el posicionamiento de Simiátug como destino emergente, es por ello que resulta imprescindible implementar estrategias de difusión digital y canales de información turística, estos resultados muestran que la zona tiene un potencial significativo, pero requiere de intervenciones prioritarias en infraestructura, capacitación y promoción para mejorar la experiencia del visitante.

Sección 3. Motivaciones y preferencias de viaje.

Tabla 32

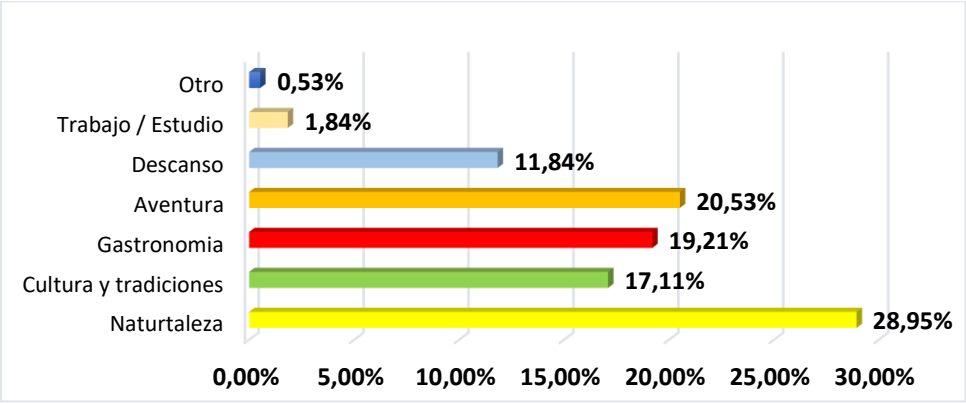
Principal motivo de viaje

Principal motivo de viaje turístico		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
Naturaleza	110	28,95%
Cultura y tradiciones	65	17,11%
Gastronomía	73	19,21%
Aventura	78	20,53%
Descanso	45	11,84%
Trabajo / Estudio	7	1,84%
Otro	2	0,53%
Total	**380**	**100%**

Nota: Condensado del motivo de viaje a Salinas

Ilustración 10

Principal motivo de viaje



Fuente: Elaborado por Rea & Quinaloa

Análisis:

El gráfico evidencia que las principales motivaciones de viaje se relacionan con el contacto directo con la naturaleza (28,95%) y actividades de aventura (20,53%), reflejando una demanda que busca experiencias auténticas, dinámicas y vinculadas al entorno, este comportamiento coincide con el perfil del visitante actual, que prioriza actividades recreativas, espacios naturales y vivencias que permitan desconexión del entorno cotidiano.

La preferencia por estos elementos confirma el potencial de la zona alta de Simiátug para desarrollar rutas ecológicas, senderos interpretativos y propuestas ligadas a su paisaje natural y recursos culturales, el interés mostrado hacia la gastronomía local y las prácticas culturales evidencia la oportunidad de fortalecer actividades que integren identidad comunitaria, productos típicos y tradiciones propias de la zona, de esta manera, el destino puede posicionarse como un espacio ideal para vivir experiencias participativas y diferenciadas, aumentando la probabilidad de retorno y recomendación del turista.

Tabla 33

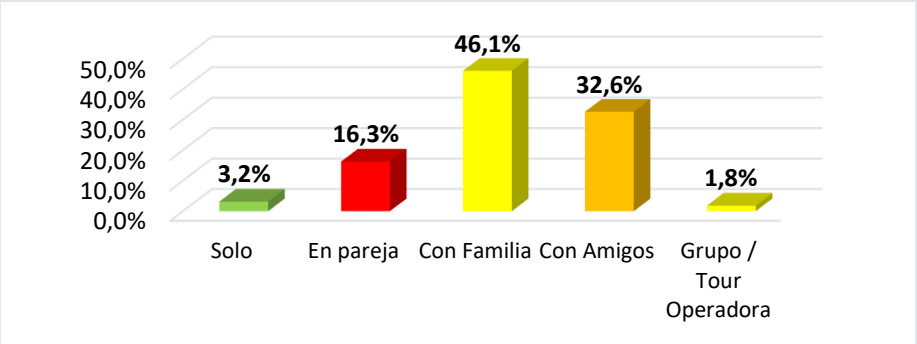
¿Con quién viaja normalmente a hacer turismo?

¿Con quién viaja normalmente a hacer turismo?		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
Solo	12	3,2%
En pareja	62	16,3%
Con Familia	175	46,1%
Con Amigos	124	32,6%
Grupo / Tour Operadora	7	1,8%
Total	**380**	**100%**

Nota: Condensado de con quién viaja normalmente

Ilustración 11

¿Con quién viaja normalmente a hacer turismo?



Fuente: Elaborado por Rea & Quinaloa

Análisis:

La mayor parte de visitantes realiza viajes turísticos en familia (46,1%) y con amigos (32,6%), estos resultados reflejan que el comportamiento turístico predominante corresponde a viajes grupales, por lo que se debe fortalecer actividades colectivas, espacios seguros y servicios con capacidad para grupos medianos, la mínima presencia de viajes organizados por operadoras (1,8%) indica que la zona aún no es comercializada dentro de circuitos turísticos formales, evidenciando un área importante de oportunidad para alianzas con agencias.

Tabla 34

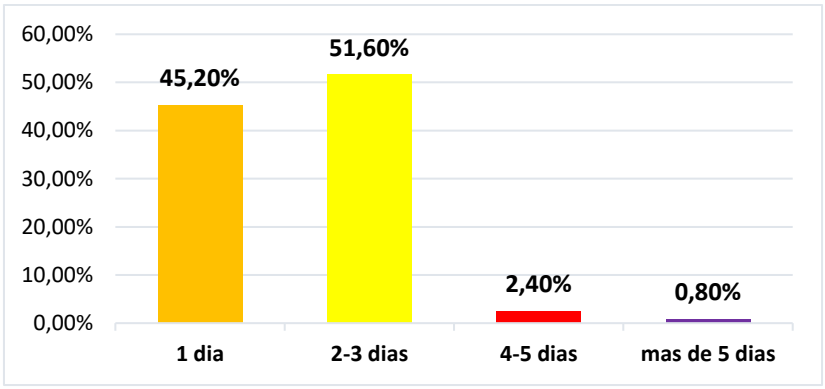
Estancia de la demanda turística

¿Cuánto tiempo promedio dedica al viaje de turismo?		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
1 día	170	45,20%
2-3 días	194	51,60%
4-5 días	9	2,40%
más de 5 días	7	0,80%
Total	**100**	**100%**

Nota: Condensado promedio de viaje

Ilustración 12

Estancia de la demanda turística



Fuente: Elaborado por Rea & Quinaloa

Análisis:

Se observa que el 51,6% de los encuestados permanece entre 2 y 3 días en sus destinos turísticos, mientras que el 45,2% realiza visitas de un solo día, esto demuestra que la mayor parte del mercado responde a estancias cortas, lo cual exige ampliar la oferta turística con actividades complementarias que incentiven mayor permanencia. Experiencias como talleres culturales, integración comunitaria o senderismo extendido podrían favorecer un mayor tiempo de visita.

Tabla 35

Medio de trasporte que utilizan los turistas

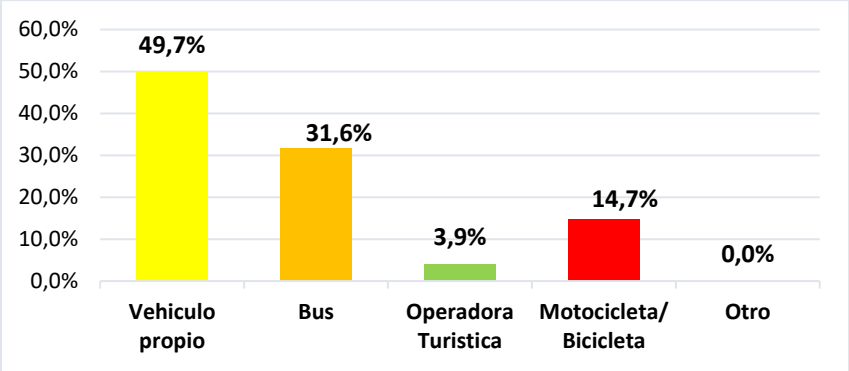
Medio de transporte que utiliza con mayor frecuencia para hacer turismo		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
Vehículo propio	189	49,7%
Bus	120	31,6%
Operadora Turística	15	3,9%
Motocicleta/ Bicicleta	56	14,7%
Otro	0	0,0%

Total	**380**	**100%**

Nota: Condensado medio de transporte que se moviliza

Ilustración 13

Medio de trasporte que utilizan los turistas



Fuente: Elaborado por Rea & Quinaloa

Análisis:

El vehículo propio representa casi la mitad de los desplazamientos (49,7%), evidenciando que los visitantes priorizan autonomía, comodidad y facilidad de movimiento para acceder a los destinos turísticos, a esto se suma un 31,6% que utiliza transporte público, lo que indica que sigue existiendo un segmento dependiente de rutas interprovinciales y de la conectividad terrestre disponible, este comportamiento refleja una fuerte dependencia de la infraestructura vial, resaltando la necesidad de contar con carreteras en buenas condiciones, señalética adecuada y facilidades de acceso que permitan un desplazamiento seguro y fluido. Además, este predominio del transporte privado abre oportunidades para el desarrollo de servicios complementarios, como áreas de estacionamiento, puntos de información turística y rutas escénicas, que mejoren la experiencia del visitante, el fortalecer estas condiciones no solo facilitaría la llegada al destino, sino que también incrementaría la permanencia y satisfacción del turista, potenciando el atractivo general de la zona.

Tabla 36

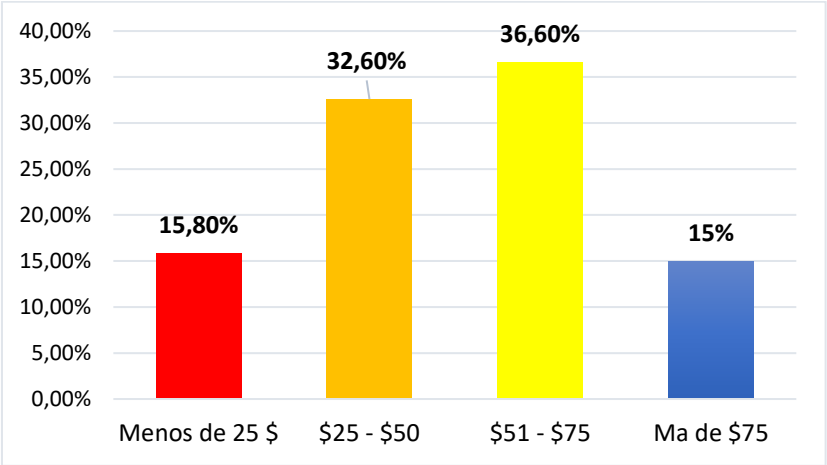
Inversión aproximada por viaje

¿Cuánto invierte aproximadamente en su viaje de turismo por día y por persona?		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
Menos de 25 $	60	15,80%
$25 - $50	124	32,60%
$51 - $75	139	36,60%
Ma de $75	57	15%
Total	**380**	**100%**

Nota: Condensado inversión el viaje

Ilustración 14

Inversión aproximada por viaje



Fuente: Elaborado por Rea & Quinaloa

Análisis:

La mayor parte de los visitantes registra un gasto promedio diario entre $51 y $75, evidenciando un perfil con capacidad económica media y predisposición a consumir servicios turísticos estructurados, como gastronomía local, guianza o actividades recreativas, este comportamiento representa una oportunidad clara para diseñar productos competitivos que

mantengan buena relación calidad y precio. También, un porcentaje menor invierte montos superiores a los $75 diarios, reflejando la presencia de un segmento dispuesto a adquirir experiencias diferenciadas y de mayor valor agregado, permitiendo proyectar una oferta diversificada, con alternativas básicas accesibles y propuestas especializadas que fortalezcan la satisfacción y permanencia del visitante en el destino.

Tabla 37

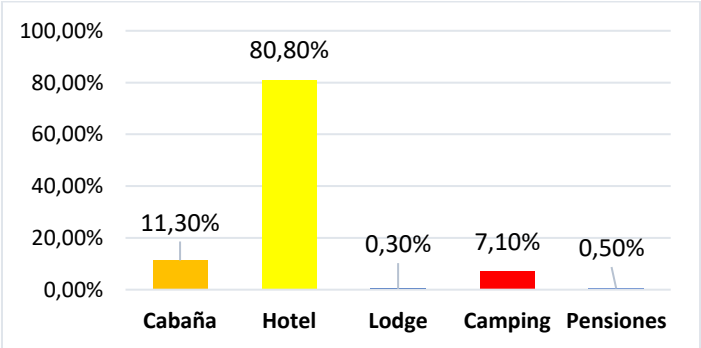
Preferencia de hospedaje

¿En qué lugar prefiere hospedarse?		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
Cabaña	43	11,30%
Hotel	307	80,80%
Lodge	1	0,30%
Camping	27	7,10%
Pensiones	2	0,50%
Total	**380**	**100%**

Nota: Elaboración propia

Ilustración 15

Preferencia de hospedaje



Nota: Elaborado en Excel

Análisis:

El gráfico refleja que la mayoría de los visitantes prefiere hospedarse en hoteles (80,8%), lo cual evidencia una clara inclinación hacia servicios formales que garanticen comodidad, higiene y facilidades básicas, con mayor comodidad y garantizadas, en comparación, opciones alternativas como las cabañas representan solo el 11,3% de preferencia y el camping un 7,1%, lo que demuestra que, aunque existe un interés por experiencias más rústicas o de contacto con la naturaleza ,estos segmentos representan potencial para experiencias diferenciadas, especialmente orientadas a turismo de aventura o vivencial, de esta forma, la zona podría fortalecer su competitividad ofreciendo tanto hospedajes convencionales como propuestas sostenibles que conecten al turista con el entorno natural.

Tabla 38

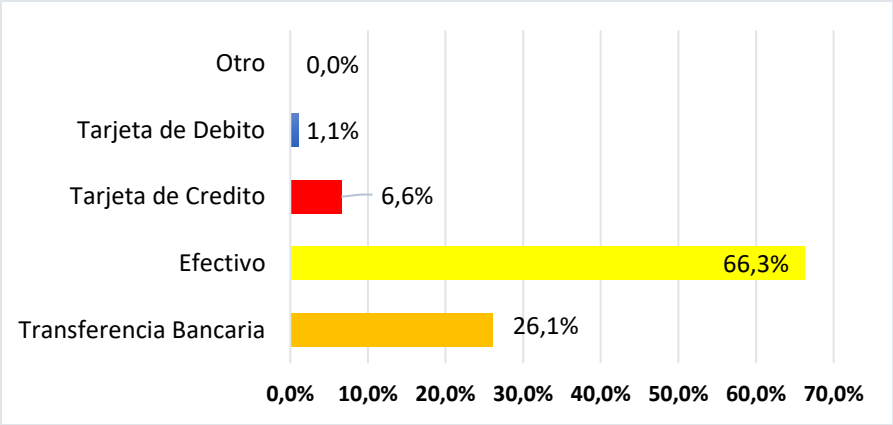
Medio de pago preferido

¿Cuál es el medio de pago de su preferencia?		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
Transferencia Bancaria	99	26,1%
Efectivo	252	66,3%
Tarjeta de Crédito	25	6,6%
Tarjeta de Debito	4	1,1%
Otro	0	0,0%
Total	**380**	**100%**

Nota: Elaboración propia

Ilustración 16

Medio de pago preferido



Nota: Elaborado en Excel

Análisis:

El efectivo es el principal medio de pago utilizado por los visitantes (66,3%), seguido de la transferencia bancaria (26,1%), lo que evidencia que las transacciones aún se realizan de manera directa y con baja incorporación de mecanismos digitales, esta realidad limita la formalidad empresarial y puede afectar la decisión de compra de turistas que prefieren pagos digitales, por ello, incorporar datáfonos o plataformas de pago en línea representa una oportunidad estratégica para mejorar la experiencia del visitante, fortalecer la organización de los servicios turísticos y ampliar el acceso a segmentos más jóvenes y turistas nacionales que demandan mayor facilidad y seguridad en sus transacciones.

Sección 4: Intereses y potencial de nuevas líneas de turismo.

Tabla 39

Experiencias le gustaría vivir en la zona Alta de Simiátug

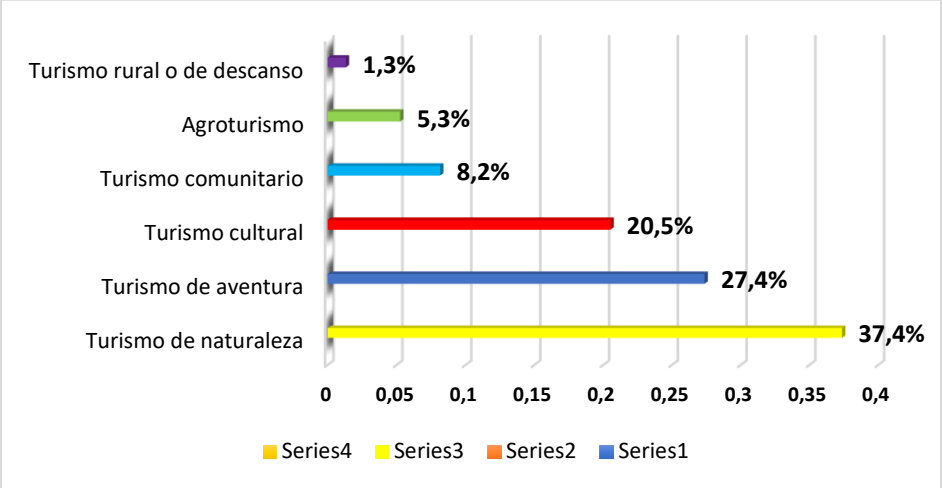
¿Qué tipo de experiencias le gustaría vivir en la zona Alta de Simiátug?		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
Turismo de naturaleza	142	37,4%

Turismo de aventura	104	27,4%
Turismo cultural	78	20,5%
Turismo comunitario	31	8,2%
Agroturismo	20	5,3%
Turismo rural o de descanso	5	1,3%
Total	**380**	**100%**

Nota: Elaboración propia

Ilustración 17

Experiencias le gustaría vivir en la zona Alta de Simiátug



Nota: Elaborado en Excel

Análisis:

Los resultados muestran que el turismo de naturaleza (37,4%) y el turismo de aventura (27,4%) son las experiencias más buscadas por los visitantes, lo que se relaciona directamente con el entorno físico, caracterizado por paisajes montañosos, rutas escénicas y espacios ideales para actividades recreativas, de igual forma, el interés por el turismo cultural (20,5%) y comunitario (8,2%) destaca el valor de la identidad local como elemento diferenciador, evidenciando una oportunidad para integrar tradiciones, costumbres y experiencias participativas dentro de la oferta turística. Estos hallazgos permiten orientar el desarrollo del destino hacia productos integrales que combinen contacto con la naturaleza, interacción

comunitaria y actividades culturales, fortaleciendo la competitividad de Simiátug y generando experiencias con mayor valor agregado para los visitantes.

Tabla 40

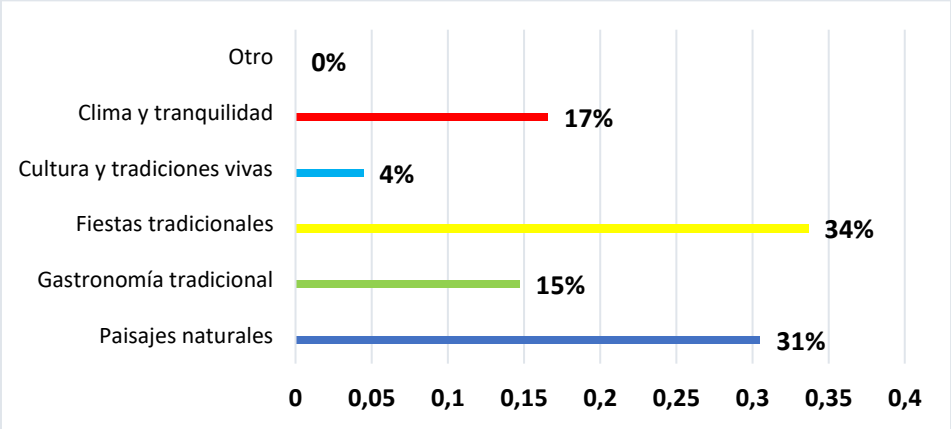
Factores que consideran destacables en la zona alta de Simiátug

¿Qué factores considera que más destacarían a la zona alta de Simiátug como destino turístico?		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
Paisajes naturales	116	31%
Gastronomía tradicional	56	15%
Fiestas tradicionales	128	34%
Cultura y tradiciones vivas	17	4%
Clima y tranquilidad	63	17%
Otro	0	0%
Total	**380**	**100%**

Nota: Elaboración propia

Ilustración 18

Factores que consideran destacables en la zona alta de Simiátug



Nota: Elaborado en Excel

Análisis:

Las fiestas tradicionales (34%) y los paisajes naturales (31%) son los elementos mejor valorados, reforzando la idea de que el turismo cultural y de naturaleza debe ser el eje

estratégico de Simiátug así mismo la gastronomía y el clima complementan la oferta, un 33% aceptaría pagar por actividades que integren gastronomía tradicional, experiencias comunitarias y guianza interpretativa, generando un interés real por convivir experiencias auténticas y con identidad territorial, esta disposición valida la factibilidad de diseñar paquetes turísticos con valor agregado, articulando productos locales, recorridos guiados y convivencia cultural, indicando un mercado dispuesto a pagar por calidad, exclusividad y contacto genuino con la comunidad.

Tabla 41

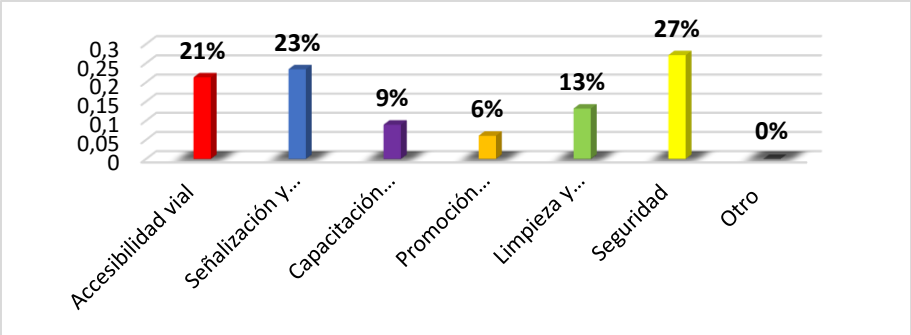
Aspecto relevante para fomentar el turismo en la zona alta de Simiátug

¿Qué aspectos cree usted relevante para fomentar el turismo en la zona?		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
Accesibilidad vial	81	21%
Señalización y servicios básicos	89	23%
Capacitación en atención al turista	34	9%
Promoción turística digital	23	6%
Limpieza y conservación ambiental	50	13%
Seguridad	103	27%
Otro	0	0%
Total	**380**	**100%**

Nota: Elaboración propia

Ilustración 19

Aspecto relevante para fomentar el turismo en la zona alta de Simiátug



Nota: Elaborado en Excel

Análisis:

Los resultados evidencian que los aspectos más determinantes para fomentar el turismo en la zona son la seguridad (27%), la señalización y servicios básicos (23%) y la accesibilidad vial (21%), lo que demuestra que los visitantes priorizan destinos seguros, bien señalizados y con facilidad de acceso, los demás factores, como la limpieza ambiental, la capacitación turística y la promoción digital, continúan siendo elementos complementarios que deben incluirse para mejorar la experiencia y fortalecer el posicionamiento del destino, estos resultados reflejan la necesidad de intervenir principalmente en infraestructura, seguridad y servicios básicos para incrementar el atractivo turístico de la zona alta de Simiátug.

Sección 5: Expectativas y sostenibilidad.

Tabla 42

Disposición a pagar por experiencias turísticas

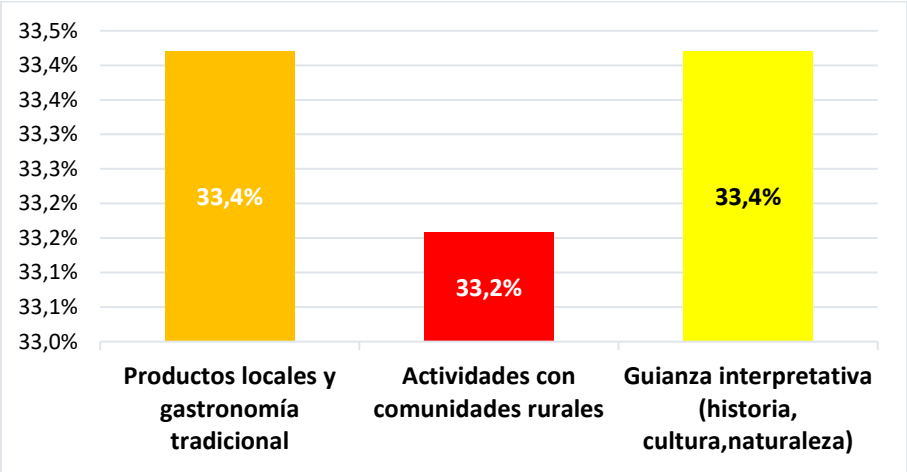
¿Estaría dispuesto(a) a pagar por experiencias turísticas que integren?				
Opciones	**SI**	**NO**	**Cantidad**	**Porcentaje**
Productos locales y gastronomía tradicional	123	4	127	33,4%

Actividades con comunidades rurales	122	4	126	33,2%
Guianza interpretativa (historia, cultura, naturaleza)	123	4	127	33,4%
Total			**380**	**100%**

Nota: Elaboración propia

Ilustración 20

Disposición a pagar por experiencias turísticas



Nota: Elaborado en Excel

Análisis:

Los resultados indican una alta disposición a pagar por experiencias que integren productos locales, gastronomía tradicional, actividades con comunidades rurales y guianza interpretativa, con porcentajes muy similares alrededor del 33%, evidenciando que los turistas valoran el contenido cultural, la autenticidad y las actividades con identidad local.

Para Simiátug, esta información confirma la oportunidad de desarrollar paquetes integrados que conecten naturaleza, cultura y comunidad como pilares del producto turístico, estos resultados indican un mercado dispuesto a pagar siempre que se perciba calidad, exclusividad y contacto genuino con la comunidad.

Tabla 43

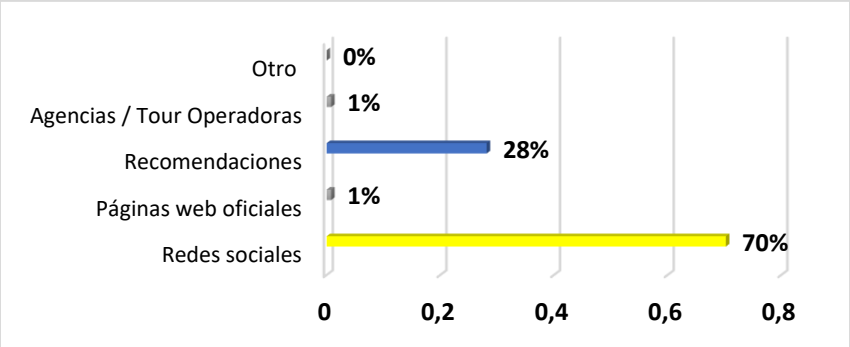
Medio prefiere para informarse sobre destinos turísticos

¿Qué medio prefiere para informarse sobre destinos turísticos?		
Opciones	**Cantidad**	**Porcentaje**
Redes sociales	267	70%
Páginas web oficiales	3	1%
Recomendaciones	107	28%
Agencias / Tour Operadoras	3	1%
Otro	0	0%
Total	**380**	**100%**

Nota: Elaboración propia

Ilustración 21

Medio prefiere para informarse sobre destinos turísticos



Nota: Elaborado en Excel

Análisis:

Las redes sociales son el principal medio de información utilizado por los visitantes, con un 70% de preferencia, lo que confirma que cualquier estrategia de promoción turística para Simiátug debe basarse en contenidos digitales, fotografías, videos y recomendaciones en línea, el boca a boca con el 28% se informa por recomendaciones personales, evidenciando que la experiencia positiva del visitante influye directamente en la decisión de terceros, por ello, garantizar satisfacción y calidad de servicio es fundamental para lograr visibilidad espontánea.

Tabla 44

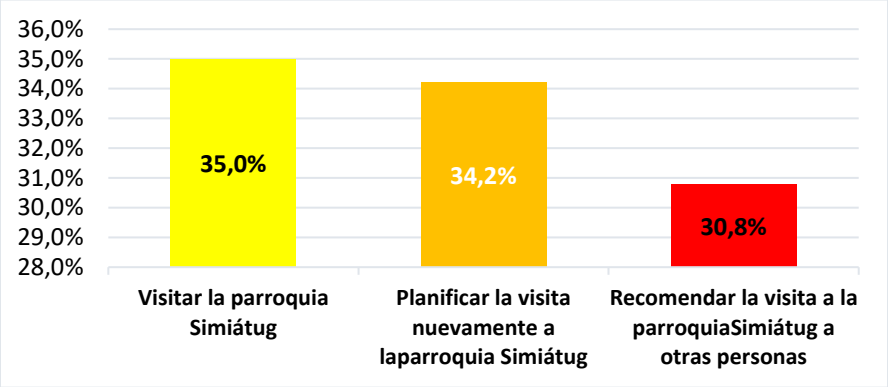
Planificación para la visita a Simiátug

Con lo antes expuesto en esta encuesta, estaría dispuesto(a) a:				
Opciones	**SI**	**NO**	**Cantidad**	**Porcentaje**
Visitar la parroquia Simiátug	128	5	133	35,0%
Planificar la visita nuevamente a la parroquia Simiátug	124	6	130	34,2%
Recomendar la visita a la parroquia Simiátug a otras personas	111	6	117	30,8%
Total		**380**		**100%**

Nota: Elaboración propia

Ilustración 22

Planificación para la visita a Simiátug



Nota: Elaborado en Excel

Análisis:

Los resultados reflejan que el 35% estaría dispuesto a visitar la parroquia Simiátug, el 34,2% la visitaría nuevamente y el 30,8% la recomendaría a otras personas, aunque los porcentajes son moderados, generando fidelización y flujo repetitivo de visitantes, este nivel de interés puede potenciarse a través de mejoras en infraestructura turística, seguridad y promoción digital, factores que influyen de manera directa en el destino que puede incrementar no solo el número de turistas sino también la recomendación activa, lo que impulsa el posicionamiento de Simiátug como destino emergente.

Tabla 45

Resumen general de la encuesta aplicada a la demanda turística

Sección 1: Datos Generales del visitante.			
Sección	**Numero de Encuestados**	**Porcentaje %**	**Análisis.**
Lugar de procedencia	364	95,79 %	Los visitantes provienen principalmente de provincias como Pichincha, Guayas, Los Ríos y Tungurahua y cantones como Quito, Guayaquil, Babahoyo, Ambato y Riobamba, evidenciando una dinámica de movilidad entre la Costa y la Sierra, donde la zona alta de Simiátug podría captar un flujo similar de turistas, especialmente aquellos con accesibilidad vial directa hacia Salinas, lugar donde se recolectó la información, permitiendo orientar estrategias de difusión segmentadas hacia estas ciudades y provincias emisoras. Además, Además, la presencia internacional es reducida y proviene principalmente de Estados Unidos e Italia, reflejando un flujo extranjero aún incipiente y esto evidencia la necesidad de fortalecer la promoción externa para incrementar la visibilidad y el interés internacional.
Género	380	100%	Existe una distribución bastante equilibrada entre hombres (51,6%) y mujeres (48,4%), lo que significa que la oferta turística no depende de un segmento específico de género, esta equidad implica que los productos turísticos pueden diseñarse sin requerir distinciones o segmentaciones específicas, pues ambos grupos presentan interés homogéneo por naturaleza, actividades recreativas y cultura local.
Nivel de Educación	346 aprox. (bachilleres y tercer nivel)	52,6% y 38%	Prevalece un nivel educativo básico medio y universitario (52,6% y 38%), este apartado suele mostrar mayor interés por experiencias con valor interpretativo, tales como recorridos guiados, aprendizaje cultural o interacción con prácticas comunitarias, además, un visitante con mayor educación suele evaluar criterios como seguridad, atención y calidad del servicio y esto significa que Simiátug debe mejorar su infraestructura y organización para atraer y fidelizar este público.

Ocupación principal	231 aprox. (empleados públicos, privados y emprendedores)	60%	La mayor parte de visitantes son empleados públicos, privados y emprendedores, es decir que la estabilidad económica y capacidad de gasto es moderada, sin embargo, existe una igualdad considerable de estudiantes universitarios y personas desempleadas, quienes prefieren actividades gratuitas, accesibles o de corta duración, por lo tanto es necesario ofertar tarifas diferenciadas o actividades más económicas.
Ha visitado antes la zona alta de Simiátug.	356	. 94%	El 94% no conoce la zona alta de Simiátug, lo que refleja desconocimiento del destino y baja exposición promocional, quienes afirmaron haber visitado, lo hicieron en períodos largos (entre 6 meses y 1 año), y solo en contadas ocasiones (máximo entre 1 y 5 veces), evidenciando visitas dispersas no planificadas, esto representa un mercado potencialmente grande, ya que al no haber visitado, existe mayor probabilidad de interés futuro si se aplican estrategias efectivas de promoción y mejoras en la infraestructura receptiva.
Sección 2: Percepción de la oferta turística de la zona alta de Simiátug.			
Evaluación de limpieza y conservación de atractivos, señalización y accesibilidad, seguridad para el turista, atención u hospitalidad local, calidad de servicios turísticos (alojamiento, alimentos y bebidas, guianza) y promoción e información disponible.	24	6,3%	Los visitantes que sí han llegado a Simiátug manifestaron debilidades en la limpieza de los atractivos, poca señalización de acceso, baja presencia de guías locales y falta de información digital, esto impide una experiencia completa y reduce la probabilidad de recomendación del visitante, la seguridad fue catalogada solo como aceptable, indicando que el turista no percibe riesgos graves, pero tampoco siente protección, acompañamiento o guía, en cuanto a la promoción turística fue calificada como baja, evidenciando que el destino carece de visibilidad formal en redes sociales, catálogos, señalética o difusión institucional.
Sección 3: Motivaciones y preferencias de viaje.			
Principal motivo de viaje turístico.	110 naturaleza	28,9% y 20,5%	Las principales motivaciones de los visitantes son naturaleza actividades relacionadas con caminatas, miradores naturales, paisaje andino, contacto con aire puro y ecosistemas rurales. La segunda categoría

	– 78 aventura		más destacada es aventura, evidenciando preferencia por experiencias recreativas como rutas largas, escalinatas naturales, recorridos en zonas elevadas, travesías o circuitos físicos, esto coincide con el potencial territorial de la zona alta.
¿Con quién viaja normalmente a hacer turismo?	175 familia – 124 amigos	46,1% y 32,6%	La mayoría de los visitantes viaja en familia (46,1%) y con amigos (32,6%), evidenciando que el turismo hacia este destino se desarrolla principalmente en grupos sociales y familiares, este comportamiento implica la necesidad de contar con espacios amplios, seguros y accesibles, alimentación, zonas recreativas y espacios fotográficos que favorezcan la convivencia y el disfrute colectivo, además, implementar paquetes grupales, descuentos familiares, actividades dirigidas a niños y propuestas que faciliten experiencias compartidas, fortaleciendo la permanencia y satisfacción del visitante.
¿Cuánto tiempo promedio dedica al viaje de turismo?	194 viaja 2–3 días	51,6%	La mayoría de los visitantes realiza estancias de entre 2 y 3 días (51,6%), lo que indica una tendencia hacia viajes cortos que permiten conocer atractivos principales en un tiempo limitado, este comportamiento sugiere que la zona alta de Simiátug debe orientar su oferta hacia productos de corta duración, de la misma manera, se recomienda complementar el recorrido con actividades adicionales, tales como talleres culturales, caminatas extendidas, experiencias comunitarias y degustación de gastronomía local, si se logra diversificar las actividades por día, el visitante no solo permanece más tiempo, sino que aumenta su nivel de consumo y la probabilidad de retorno.
Medio de transporte que utiliza con mayor frecuencia para hacer turismo:	189 vehículo propio	49,7%	El uso permanente es del vehículo propio (49,7%) evidencia un mercado con alto nivel de autonomía y capacidad de desplazamiento por cuenta propia, lo cual exige infraestructura adecuada, señalización clara, vías en buen estado, zonas de parqueo y puntos de información accesibles, por otro lado, un porcentaje significativo de turistas se movilizan en bus, reflejando dependencia de rutas interprovinciales y paradas accesibles, indicando que la accesibilidad vial es un factor decisivo para la visita y permanencia en el destino, por ello, fortalecer carreteras, habilitar señalética orientativa, crear rutas turísticas estructuradas y asegurar trayectos seguros contribuiría a mejorar la experiencia del visitante.
	139 gastan $51–$75	36,6%	La mayoría de los visitantes registra un gasto diario entre $51 y $75 (36,6%), indicando un nivel de consumo medio, suficiente para adquirir servicios organizados como alimentación local, recorridos guiados

¿Cuánto invierte aproximadamente en su viaje de turismo por día y por persona?			y actividades recreativas, este tipo de gasto permite proyectar paquetes turísticos competitivos sin sacrificar calidad, también, existe un segmento que invierte montos superiores a $75 diarios, el cual representa una oportunidad para desarrollar experiencias diferenciadas como gastronomía gourmet, tours especializados, recorridos exclusivos o actividades con valor agregado, es decir, la presencia de estos niveles de consumo señala que Simiátug puede diversificar su oferta, diseñando productos básicos accesibles para grupos familiares o estudiantes, y alternativas premium destinadas a turistas con mayor poder adquisitivo.
¿En qué lugar prefiere hospedarse?	307 prefieren hotel	80,8%	La mayoría de los encuestados prefiere hospedarse en hoteles (80,8%), lo que demuestra una inclinación clara hacia lugares formales que ofrezcan confort, higiene y servicios garantizados, esto indica una demanda orientada a establecimientos de hospedaje que cumplan estándares mínimos de calidad. También, prefieren hospedarse en cabañas (11,3%) y camping (7,1%), lo que abre la posibilidad de complementar la oferta convencional con propuestas vivenciales, ecológicas y de contacto profundo con la naturaleza, la diversificación del alojamiento permitiría atraer tanto a turistas tradicionales como a aquellos interesados en turismo sostenible, experiencias comunitarias y actividades nocturnas organizadas.
¿Cuál es el medio de pago de su preferencia?	252 usan efectivo	66,3%	El cancelar dinero efectivo es el medio predominante (66,3%), evidenciando que la mayor parte de los servicios turísticos en la zona se gestionan de forma directa e informal, aunque la transferencia bancaria representa el segundo método más utilizado, el uso mínimo de tarjetas refleja la ausencia de sistemas de pago digital y terminales financieros, esta limitación reduce la competitividad comercial, especialmente para turistas jóvenes, visitantes extranjeros o grupos que prefieren procesos electrónicos más rápidos y seguros, incorporar plataformas digitales como datáfonos, billeteras electrónicas o pagos en línea mejoraría la formalidad empresarial, la confianza del visitante y permitiría ampliar la capacidad de venta de servicios turísticos, favoreciendo un flujo económico más transparente y sostenible para la zona.
Sección 4: Intereses y potencial de nuevas líneas de turismo.			
	142 naturaleza	37,4% y 27,4%	En este apartado los visitantes muestran interés hacia la naturaleza y aventura confirmando que Simiátug posee condiciones favorables para desarrollar un turismo orientado a caminatas guiadas, senderismo interpretativo, contacto directo con el entorno natural y actividades recreativas en espacios abiertos,

¿Qué tipo de experiencias le gustaría vivir en la zona Alta de Simiátug?	– 104 aventura		además, los visitantes manifiestan afinidad hacia experiencias vivenciales, interacción con comunidades y espacios fotográficos panorámicos, lo cual permite visualizar una oferta turística basada en experiencias memorables, asociadas a paisaje, cultura y naturaleza, esto posiciona a Simiátug como un destino andino emergente con potencial competitivo si se organizan productos innovadores y estructurados.
¿Qué factores considera que más destacarían a la zona alta de Simiátug como destino turístico?	128 fiestas tradicionales	34%	El principal elemento que destaca en la zona son sus fiestas tradicionales, asociadas a danzas autóctonas, música andina, gastronomía local y costumbres comunitarias, mostrando un alto valor cultural y simbólico que puede convertirse en un atractivo diferenciador, los paisajes naturales, complementan la experiencia del visitante, al facilitar recorridos panorámicos, observación contemplativa y espacios escénicos para fotografía, entonces, combinando cultura y naturaleza constituye un eje estratégico para el desarrollo turístico, ya que permite construir productos integrados que vinculen identidad, memoria colectiva y entorno natural, favoreciendo el posicionamiento de Simiátug como destino cultural y natural.
¿Qué aspectos cree usted relevante para fomentar el turismo en la zona?	103 seguridad – 89 señalización	27% y 23%	Los visitantes consideran prioritario reforzar la seguridad, seguido de mejorar la señalización y servicios básicos, indicando que el turista requiere destinos confiables, organizados y con rutas claramente habilitadas, resaltando la necesidad de contar con señalética adecuada en caminos, accesos y zonas de visita, también la accesibilidad vial, ya que varias rutas de ingreso requieren mantenimiento continuo, áreas de descanso y puntos de orientación visible, el mejorar estos componentes representa un factor clave para incrementar la satisfacción del visitante, generar confianza antes y durante el recorrido e impulsar la competitividad del destino.
Sección 5: Expectativas y Sostenibilidad.			
Estaría dispuesto(a) a pagar por experiencias turísticas que integren:	127 gastronomía y guianza	33,4%	Los resultados muestran una alta disposición a pagar por experiencias que combinen gastronomía tradicional, guianza interpretativa e interacción comunitaria, esto demuestra que el visitante valora actividades auténticas y con contenido cultural, dispuesto a invertir más cuando existe diferenciación en la experiencia vivida, como degustaciones de alimentos locales, elaboración de productos artesanales, talleres ancestrales o recorridos guiados que expliquen la historia y tradiciones del territorio, para diseñar paquetes turísticos con valor agregado, integrando experiencias vivenciales como elaboración de queso, tejido

			artesanal, producción agrícola local y rituales tradicionales, fortaleciendo la identidad cultural del destino y generando ingresos directos para la comunidad.
¿Qué medio prefiere para informarse sobre destinos turísticos?	267 redes sociales	70%	Los visitantes prefieren informarse por redes sociales siendo el principal medio de consulta para planificar viajes, Afirmando la importancia de posicionar digitalmente a Simiátug a través de campañas interactivas, fotografías profesionales, micro vídeos de experiencias reales y activación de perfiles institucionales o comunitarios. Además, el uso predominante de plataformas digitales implica que los turistas confían en recomendaciones y reseñas visuales previas, por lo que estrategias de promoción con influenciadores locales, creadores de contenido y publicidad segmentada por interés permitirían incrementar el alcance del destino y mejorar su posicionamiento.
Con lo antes expuesto en esta encuesta, estaría dispuesto(a) a:	133 visitaría – 130 regresaría	35% y 34%	Los resultados evidencian un interés favorable hacia Simiátug, ya que entre un 30% y 35% de los encuestados estaría dispuesto a visitar, regresar o recomendar el destino, aunque el porcentaje no es alto, representa un punto de partida sólido, considerando que la mayoría aún no conoce el lugar, pero estarían dispuestos a conocer, condicionado principalmente a mejorar infraestructura vial, señalización, servicios básicos y espacios organizados de visita, la probabilidad de recomendación está directamente relacionada con el nivel de satisfacción futura, por lo que garantizar buenas experiencias permitirá convertir este interés inicial en flujos reales de visitantes, fidelización y promoción boca a boca.

Nota: Resumen general de las encuestas realizadas en Salinas de Guaranda.

Discusión:

Para obtener información representativa de la demanda turística potencial hacia la zona alta de Simiátug, se aplicaron 380 encuestas dirigidas a visitantes y posibles turistas de Salinas de Guaranda, debido a que durante el trabajo de campo se identificó baja afluencia directa en Simiátug, la investigación se realizó en Salinas de Guaranda, localidad cercana y con mayor presencia turística, esta decisión metodológica permitió acceder a un público más amplio y diverso, asegurando datos relevantes sobre motivaciones, expectativas y perfil del visitante. Además, para la realización de las encuestas en Salinas coincidió con la Feria del Queso que se celebraba aquel día, en este evento se reunieron turistas nacionales e internacionales, permitiendo adquirir información confiable respecto al perfil de quienes podrían visitar Simiátug.

Dentro de ellos, 24 turistas confirmaron haber visitado la parroquia Simiátug y nos brindaron sus experiencias y puntos de vista sobre limpieza, señalización, seguridad, hospitalidad y servicios turísticos, permitiendo identificar y analizar ciertos aspectos necesarios para mejorar y comprender con claridad el comportamiento de la demanda turística viable hacia la zona.

La mayor parte de los visitantes provienen de cantones y provincias cercanas como Guayas, Pichincha y Los Ríos, lo cual coincide con lo planteado por Trujillo (2022), quien en su estudio sobre turismo rural comunitario en Bolívar concluye que la demanda hacia destinos emergentes se origina principalmente en el mercado nacional y regional, debido a la cercanía geográfica y accesibilidad, evidenciando que, aunque Simiátug aún no tiene un posicionamiento consolidado, existe un público potencial que puede sentirse atraído por su entorno andino y sus expresiones culturales.

En cuanto al perfil sociodemográfico obtenido en las encuestas realizadas, se evidencia que predomina el valor de adultos jóvenes con niveles de educación media y superior. Según Cabrera Calderón (2025), quien en su estudio sobre estrategias de marketing territorial aplicadas a destinos verdes identifica que los turistas con perfil adulto joven y nivel educativo medio alto priorizan experiencias sostenibles, interpretativas y vinculadas al entorno natural, se observa una relación directa con los resultados obtenidos en esta investigación. Dicho autor señala que este segmento busca actividades que generen aprendizaje, contacto con el territorio y participación en experiencias culturales locales, lo que coincide plenamente con las preferencias manifestadas por los encuestados, quienes mostraron mayor inclinación por actividades de naturaleza, aventura y cultura, este comportamiento adquiere relevancia para Simiátug, pues su entorno paisajístico y sus manifestaciones culturales ofrecen condiciones favorables para el desarrollo de productos turísticos basados en vivencias comunitarias y educación ambiental.

Respecto a la percepción de la oferta turística actual, los visitantes que han estado en Simiátug calificaron como regulares o deficientes aquellos aspectos como señalización, limpieza, servicios, seguridad y promoción. Según Delgado (2024), quien señala que los destinos rurales emergentes suelen presentar deficiencias estructurales que limitan la satisfacción turística y su competitividad, pero representan oportunidades claras de intervención, especialmente en capacitación, organización de servicios y planificación territorial.

De igual forma, el análisis de preferencias y disposición de pago muestra una alta intención de invertir en experiencias culturales, comunitarias y de guianza interpretativa. Según Trujillo (2022), cuando el visitante percibe valor cultural auténtico, está dispuesto a pagar más por experiencias diferenciadas vinculadas a comunidades, gastronomía

tradicional y actividades participativas, esto representa una oportunidad para diseñar productos turísticos integrados que combinen recursos naturales y expresiones culturales propias.

Finalmente, el comportamiento digital del visitante confirma que la promoción mediante redes sociales es un elemento estratégico, pues la decisión turística actual se sustenta en la recomendación social y el contenido audiovisual. Este hallazgo coincide con lo señalado por Cueva et al. (2021), quien afirma que la experiencia digital y la interacción en plataformas sociales influyen directamente en la motivación del viaje y en la percepción de valor del destino, en este sentido, se refuerza la necesidad de que Simiátug desarrolle campañas digitales y una presencia formal en línea para mejorar su recordación y posicionamiento, la información analizada demuestra que el territorio posee un notable potencial turístico basado en su riqueza natural y cultural, icho potencial solo puede convertirse en desarrollo real si se acompaña de mejoras en infraestructura, señalización, capacitación comunitaria y estrategias de marketing digital, por ello, Simiátug requiere fortalecer infraestructura básica, señalización, profesionalización comunitaria y promoción digital para consolidarse como un destino emergente competitivo, atractivo y sostenible.

CAPITULO V. PROPUESTA

5.1.Titulo

Diseñar productos turísticos que diversifiquen y consoliden el destino en la zona**.**

5.2.Introducción

La zona alta de Simiátug cuenta con un importante potencial turístico sustentado en su riqueza natural, paisajística y cultural, representada por ecosistemas de páramo, formaciones geológicas, recursos hídricos y saberes ancestrales de las comunidades locales, sin embargo, estos recursos no han sido aprovechados de manera adecuada, y han limitado la consolidación del destino turístico y la generación de beneficios económicos sostenibles para la población local.

Ante esta realidad, se plantea realizar productos turísticos estructurados que permitan diversificar la oferta existente y fortalecer el posicionamiento de la zona como un destino de turismo de naturaleza y aventura, el diseño de estos productos considera la puesta en valor de los atractivos naturales y culturales, planificando rutas y circuitos turísticos, así como la implementación de servicios básicos que garanticen una experiencia turística organizada y segura.

La propuesta se establece en la participación comunitaria como eje clave para el desarrollo turístico sostenible, promoviendo el turismo comunitario como una alternativa que favorezca a la conservación del entorno natural, al fortalecimiento de la identidad cultural y mejorar la calidad de vida de los habitantes, de esta manera, los productos turísticos planteados buscan integrar de forma equilibrada la actividad turística con el respeto hacia el medio ambiente.

5.3.Objetivos

- Elaborar una matriz FODA para conocer el potencial turístico de la zona.
- Diseñar rutas turísticas basados en los recursos naturales y culturales.
- Definir los servicios, actividades y facilidades necesarias para la operación de los productos turísticos.
- Estructurar productos turísticos de naturaleza y aventura con enfoque comunitario.

5.4.Desarrollo

5.4.1. Matriz FODA para conocer el potencial turístico de la zona

La matriz FODA permitió diagnosticar el potencial turístico de la zona alta de Simiátug, mediante la identificación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, constituyendo así en un soporte técnico para la creación de rutas y productos turísticos comunitarios, durante el análisis se evidenció que Rayo Pamba, Cocha Colorada y El Tingo concentraron los principales atractivos con potencial, mientras que en Boliche no se identificaron atractivos consolidados además la mayoría de los encuestados no reconocían a Simiátug como destino turístico.

Tabla 46

Matriz FODA para la creación de productos turísticos

Fortalezas	Debilidades
• Atractivos naturales y culturales con alto valor turístico en las comunidades de Rayo Pamba, Cocha Colorada y El Tingo. • Paisajes andinos conservados que reflejan la relación entre la naturaleza facilitando el desarrollo de rutas de naturaleza y aventura. • Identidad cultural viva, saberes ancestrales y formas de convivencia en la comunidad, las cuales brindan experiencias turísticas.	• Ausencia de atractivos turísticos en la comunidad de Boliche, donde solo se identificaron recursos con bajo nivel de atractivo. • Limitada infraestructura turística básica (senderos adecuados, señalización interpretativa y facilidades para visitantes). • Nivel bajo de capacitación técnica en guianza comunitaria y atención al visitante.

• Compromiso colectivo por parte de los pobladores de la comunidad en el desarrollo de los productos turísticos. • Existencia de caminos hacia el atractivo el cual permiten orientar y organizar las experiencias turísticas con apoyo de herramientas digitales como Komoot y Wikiloc.	• Escasa oferta de servicios turísticos formales (alimentación, alojamiento y facilidades complementarias). • Bajo nivel de conocimiento del destino Simiátug entre los turistas encuestados.
Oportunidades	**Amenazas**
• Interés de la demanda turística en vivir experiencias de naturaleza y aventura, según resultados de las encuestas. • Disposición de los turistas a pagar por experiencias turísticas como gastronomía y guianza interpretativa, según los resultados de las encuestas. • Preferencia de los visitantes por informarse a través de medios digitales, representando una oportunidad para fortalecer la promoción turística de las comunidades. • Posicionamiento de Simiátug como un destino turístico con identidad propia, a partir del desarrollo de productos turísticos locales y una estrategia de promoción digital. • Tendencia de la demanda turística hacia actividades vinculadas al turismo de naturaleza y aventura.	• Limitado posicionamiento de Simiátug como un destino turístico en comparación con un territorio cercano como Salinas de Guaranda. • Condiciones de accesibilidad vial limitadas hacia algunas comunidades y en mal estado. • Riesgo de baja afluencia inicial de visitantes debido al desconocimiento del destino. • Falta de inversión inmediata para mejorar infraestructura y señalización turística. • Limitada experiencia previa en operación de productos turísticos comunitarios.

Nota: Factores internos y externo para la creación de productos turísticos.

5.4.2. Cruze de variable DOFA

Tabla 47

Estrategias DOFA

Factores externos e internos	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	**FO**	**DO**
	• Diseñar productos turísticos de naturaleza y aventura integrando los atractivos de Rayo Pamba, Cocha Colorada y El Tingo, incorporando recorridos interpretativos y actividades de convivencia cultural. • Estructurar experiencias interpretativas basadas en la identidad cultural, saberes ancestrales y paisajes andinos, considerando la disposición de los turistas a pagar por servicios de guianza y gastronomía.	• Implementar un guion interpretativo para los guías locales de la comunidad, con el fin de mejorar los relatos y fortalecer la calidad de la experiencia turística. • Mejorar de manera progresiva la infraestructura básica y la señalización de senderos, tomando en cuenta la disposición de pago de los turistas por servicios complementarios. • Implementar estrategias de promoción digital para incrementar el nivel de conocimiento del destino Simiátug.

	• Utilizar herramientas digitales como Komoot y Wikiloc para organizar los recorridos y difundir las rutas. • Posicionar los productos turísticos de Simiátug como una oferta original del territorio, fortaleciendo la gestión comunitaria como base para la operación de las experiencias.	• Estructurar paquetes turísticos en las comunidades con mayor potencial, considerando a Boliche como un destino turístico a mediano plazo.
Amenazas	**FA**	**DA**
	• Diferenciar la oferta turística a través de experiencias basadas en la identidad cultural y la conservación del paisaje, con el propósito de mitigar el impacto del bajo posicionamiento del destino. • Priorizar los atractivos con mejor accesibilidad y estado de conservación para minimizar las limitaciones de la red vial. • Fortalecer el compromiso comunitario en la operación de los productos turísticos para enfrentar la limitada experiencia previa en gestión turística. • Consolidar rutas bien definidas y señalizadas digitalmente para reducir el riesgo de baja afluencia inicial de visitantes.	• Iniciar la actividad turística con programas piloto en las comunidades que cuentan con atractivos consolidados, con el fin de evaluar la aceptación del mercado y reducir el riesgo de una baja afluencia inicial. • Gestionar apoyo de instituciones públicas y de la comunidad para mejorar los accesos y la infraestructura básica, considerando las limitaciones de inversión existentes. • Fortalecer la planificación y organización de los servicios turísticos para optimizar la gestión y superar la limitada experiencia de las comunidades. • Fortalecer la oferta turística de manera progresiva, evitando una implementación apresurada que pueda generar impactos negativos debido al posicionamiento del destino.

Nota: Cruce de variables para la creación de productos turísticos.

5.4.3. Ponderación de cruces de variables

Tabla 48

Ponderación DOFA

Cruce de variable FO	Bajo 1	Medio 2	Alto 3
Diseñar productos turísticos de naturaleza y aventura integrando los atractivos de Rayo Pamba, Cocha Colorada y El Tingo, incorporando recorridos interpretativos y actividades de convivencia cultural.			X
Estructurar experiencias interpretativas basadas en la identidad cultural, saberes ancestrales y paisajes andinos, considerando la disposición de los turistas a pagar por servicios de guianza y gastronomía.			X
Utilizar herramientas digitales como Komoot y Wikiloc para organizar los recorridos y difundir las rutas.		X	

Posicionar los productos turísticos de Simiátug como una oferta original del territorio, fortaleciendo la gestión comunitaria como base para la operación de las experiencias			X
Cruce de variable DO	**Bajo 1**	**Medio 2**	**Alto 3**
Implementar un guion interpretativo para los guías locales de la comunidad, con el fin de mejorar los relatos y fortalecer la calidad de la experiencia turística.			X
Mejorar de manera progresiva la infraestructura básica y la señalización de senderos, tomando en cuenta la disposición de pago de los turistas por servicios complementarios			X
Implementar estrategias de promoción digital para incrementar el nivel de conocimiento del destino Simiátug		X	
Estructurar paquetes turísticos en las comunidades con mayor potencial, considerando a Boliche como un destino turístico a mediano plazo.			X
Cruce de variable FA	**Bajo 1**	**Medio 2**	**Alto 3**
Diferenciar la oferta turística a través de experiencias basadas en la identidad cultural y la conservación del paisaje, con el propósito de mitigar el impacto del bajo posicionamiento del destino.			X
Priorizar los atractivos con mejor accesibilidad y estado de conservación para minimizar las limitaciones de la red vial.			X
Fortalecer el compromiso comunitario en la operación de los productos turísticos para enfrentar la limitada experiencia previa en gestión turística.		X	
Consolidar rutas bien definidas y señalizadas digitalmente para reducir el riesgo de baja afluencia inicial de visitantes.	X		
Cruce de variable DA	**Bajo 1**	**Medio 2**	**Alto 3**
Iniciar la actividad turística con programas piloto en las comunidades que cuentan con atractivos consolidados, con el fin de evaluar la aceptación del mercado y reducir el riesgo de una baja afluencia inicial.			X
Gestionar apoyo de instituciones públicas y de la comunidad para mejorar los accesos y la infraestructura básica, considerando las limitaciones de inversión existentes.		X	
Fortalecer la planificación y organización de los servicios turísticos para optimizar la gestión y superar la limitada experiencia de las comunidades.		X	
Fortalecer la oferta turística de manera progresiva, evitando una implementación apresurada que pueda generar impactos negativos debido al posicionamiento del destino.	X		

Nota: descripción de la ponderación de cruce de variables.

La ponderación del cruce de variables DOFA permitió identificar las estrategias con mayor nivel de prioridad para el desarrollo de productos turísticos en la zona alta de Simiátug, por tal motivo, se consideraron únicamente aquellas estrategias ubicadas en el

nivel alto, al representar las acciones con mayor impacto y viabilidad para la implementación del producto.

Los resultados evidencian que las estrategias priorizadas se centran principalmente en el diseño de productos turísticos, la creación de rutas y experiencias interpretativas además del posicionamiento del destino, reflejando una importancia directa en el fortalecimiento de la oferta turística y en la mejora de la calidad de los servicios que se brindara en la zona alta de Simiátug.

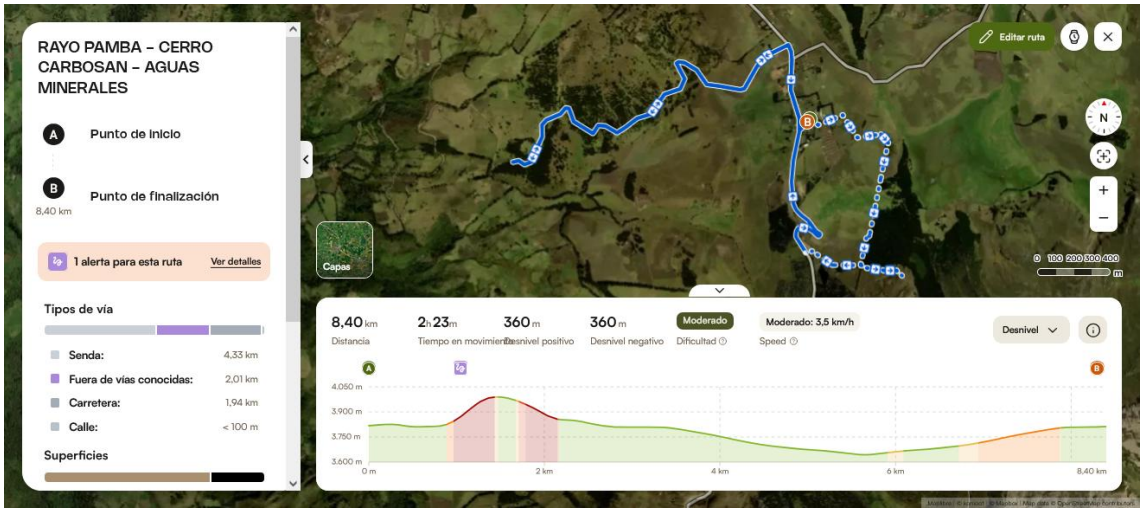
5.5.Diseñar rutas turísticas basados en los recursos naturales y culturales

5.5.1. Ruta turística Energía Andina (Rayo Pamba)

El diseño de la ruta turística se realizó mediante la aplicación Komoot, a partir del levantamiento de coordenadas geográficas de los atractivos ubicados en la comunidad, lo que permitió trazar con precisión el recorrido y verificar su viabilidad, a continuación, se presenta la forma del recorrido.

Ilustración 23

Ruta Energía Andina



Fuente: Elaboración propia en Komoot

5.5.2. Hoja Técnica Diseño de Ruta

Para el diseño de la hoja técnica de la ruta, se sistematizó la información obtenida en campo, incorporando aspectos como trayectorias, horarios, longitud, servicios, actividades y descripción general, con el propósito de estructurar técnicamente el producto turístico y garantizar su adecuada planificación y operatividad.

Tabla 49

Hoja técnica diseño de ruta Energía Andina

Trayectorias Desde Hasta	Horario	Atractivos Principales	Tiempo	Longitud KMS	Servicios	Actividades	Descripción
Guaranda / Guanujo	7:00 am/ 7:20 am	Santuario de Guanujo	20 min	4 km	Transporte	Fotografía	Relato histórico del santuario de Guanujo
Guanujo / Salinas de Guaranda	7:20 am / 8:00 am	Las truchas de Apahua	40 min	23 km	Trasporte	Fotografía	Relato geográfico en la trayectoria hacia Salinas de Guaranda
Salinas de Guaranda / Rayo Pamba	8:00 am / 8:25 am	• Bosque de pinos • Cerro Carbosan • Aguas minerales de Jaihoa	25 min	13 km	• Trasporte • Alimentación • Guianza • Recreación	• Caminata • Fotografía • Visita a al cerro Carbosan y a las aguas minerales de Jaihoa	En la comunidad se realizará actividades de camita por un guía comunitario además se brindará el servicio de alimento.

Nota: En la tabla se detalla aspectos esenciales para el diseño de ruta.

5.5.3. Propuesta de mejora para el producto turístico

De acuerdo al Viceministerio de Turismo (2019), en el Manual para la Estructura de Productos con base a un Atractivo Turístico, establece los componentes principales que debe integrar un producto, así como los servicios y espacios necesarios que complementan la experiencia de visita, con base en estos lineamientos, se organizó el producto "Energía Andina", articulando sus atractivos con el equipamiento, la infraestructura y la accesibilidad requeridos para su adecuada operación en la comunidad de Rayo Pamba.

Tabla 50

Propuesta de mejora para el producto turístico Energía Andina

Parroquia	**Línea de turismo**	**Atractivos turísticos**	**Producto turístico**
Rayo Pamba	Naturaleza / Aventura	• Cerro Carbosan. • Aguas minerales de Jaihoa.	Energía Andina
Equipamiento existente	**Planta / equipamiento turístico a incorporar**	**Costo aproximado**	**Tiempo para la implementación**
N/A	Punto de información turística y acogida al visitante. Casa de alojamiento. Quiosco restaurante comunitario.	$14.000	8 meses
Posee facilidades	**Facilidades / infraestructura turística a incorporar**		
N/A	Señalización turística e interpretativa. Área de descanso. Baterías sanitarias ecológicas.	$4.000	
Posee accesibilidades	**Accesibilidad a incorporar**		
N/A	Habilitación o mantenimiento de senderos. Transporte local organizado.	$3.000	
	Total, de costos	$21.000	
Carretera	Vía principal totalmente asfaltada hasta la comunidad. Vía de tercer orden hasta el atractivo	**Medios de Acceso**	Camioneta 4x4 Motocicleta Bicicleta

Nota: Elaboración propia

Tabla 51

Modelo del paquete turístico Energía Andina

N.°	Descripción	Especificación
1	Mercado objetivo	Turistas nacionales y extranjeros
2	Duración	1 día
3	Actividades principales	Senderismo e interpretación ambiental
4	Equipamiento para el turista	Ropa abrigada, botas, guantes, gorro, hidratación, cámara fotográfica.
5	Precio	$391,93
6	PAX	15
7	Grado de dificultad	Difícil
8	Recorrido	A pie

Nota: Elaboración propia

Tabla 52

Determinación de servicios Energía Andina

N.°	Servicio	Especificaciones
1	Transporte	Se utilizará una buseta privada como medio de transporte para la movilización de los turistas.
2	Alimentación	El servicio se lo ofrecerá en la parroquia Rayo Pamba junco con el almuerzo.
3	Guianza	El personal encargado de brindar este servicio serán las personas nativas de la localidad.
4	Alojamiento	Este servicio se brindará en la parroquia Rayo Pamba.

Nota: Elaboración propia

5.5.4. Itinerario

En el siguiente itinerario se detalla las actividades programadas para la visita a la comunidad Rayo Pamba y sus atractivos naturales, incluyendo caminatas, senderismo y visita a formaciones geológicas en el cerro Carbosan y las aguas minerales de Jaihoa como parte de la experiencia turística, también se dispone de un guion turístico que contempla la bienvenida a los visitantes, una breve descripción de la comunidad, su entorno natural y cultural, la interpretación histórica y ambiental, así como la explicación de los principales atractivos del recorrido.

Ilustración 24

Itinerario del paquete turistico Energuia Andina



Nota: Elaborado en Canva

5.5.5. Guion Turístico

Bienvenida

Buenos días estimados turistas, mi nombre es ……. y voy a ser su guía durante la visita hacia la comunidad de Rayo Pamba, agradezco su interés por conocer uno de los espacios más históricos y paisajístico del páramo andino.

En este momento nos encontramos a 3.717m.s.n.m., en un entorno donde la naturaleza se manifiesta con fuerza, por lo que recomiendo caminar con calma, mantenerse abrigados e hidratados para disfrutar plenamente de esta experiencia, en caso de que alguno de ustedes presente cansancio o mareo pueden hacernos conocer este inconveniente para hacer una pequeña pausa durante el recorrido. Adicional a esta información no olvidemos que cada recipiente en donde tengamos alimentos adicionales no vótenos en el sendero

Comunidad Rayo Pamba

La comunidad de Rayo Pamba ha desarrollado su vida en estrecha relación con el páramo, sus habitantes reconocen a los cerros como protectores y fuentes de energía, razón por la cual muchos de estos espacios mantienen un fuerte valor simbólico. La comunidad se dedica a la elaboración de quesos y a la crianza de ganado en donde sus ingresos económicos rotan de estas actividades además de la agricultura de papas, maíz, etc.

Cerro Carbosan

A continuación, nos dirigiremos al Cerro Carbosan en donde su altitud es de 4.204 m.s.n.m., Hemos llegado y como pueden apreciar este cerro es considerado un mirador en donde se puede apreciar figuras geológicas las cuales son considerado protector de la

comunidad, como pueden apreciar estos restos de avión fue impactado en el año 1980 en una población que era gobernado por personas estadounidense, que dominaba estas tierras. Desde su cima se obtiene una vista panorámica de 360°, lo que permite a los pobladores orientarse y vigilar el territorio.

Aguas minerales de Jaihoa

En este momento nos encontramos en las Aguas Minerales de Jaihoa, un espacio natural donde la montaña resguarda el origen del agua, como podemos observan existen dos formaciones rocosas que por su forma, asemejan una puerta natural conocida como "Saguan", la formación donde alberga sus aguas se denomina "Paila", la cual es una fosa donde se concentra el agua que desciende desde las almohadillas de los páramos, manteniéndole limpia además este brota de agua es conocida como guitig, reconocida por su efervescencia natural y su proceso de filtración subterránea.

Despedida

Agradecemos su visita a la comunidad de Rayo Pamba y su interés en conocer la historia y energía del Cerro Carbosan. ¡Muchas gracias y buen retorno!

5.5.6. Cotización del Paquete Turístico

La siguiente cotización detalla los costos generales e individuales del paquete turístico "Energía Andina", considerando un grupo de 15 personas, e incluye servicios de transporte, guianza, alimentación, impuestos y comisión, permitiendo determinar el precio final por persona.

Tabla 53

Cotización del paquete turístico Energía Andina

Costo del paquete turístico "Energía Andina"			
Costos generales del servicio	**Cantidad**	**Precio unitario**	**Precio colectivo (15 pax)**
Transporte turístico	1	$ 6,66	$ 100,00
Guianza	1	$ 8,00	$ 120,00
Total, costos generales		**$ 14.66**	**$ 220,00**
Desayuno	1	$ 2,75	$ 41,25
Almuerzo	1	$ 4,00	$ 60.00
Total, costos individuales:		**$ 6,75**	**$ 101,25**
Total, costos individuales y generales		**$ 21,41**	**$ 321,25**
IVA 12%		$ 2,56	$ 38,55
Comisión 10%		$ 2,14	$ 32,13
Total		**$ 26,11**	**$391,93**

Nota: Elaboración propia

5.5.7. Hoja Promocional

La hoja promocional del paquete turístico "Energía Andina en Rayo Pamba" se utilizará como herramienta de difusión para dar a conocer los atractivos, servicios incluidos y precio del paquete, facilitando su promoción a través de redes sociales, medios digitales y puntos de información turística.

Ilustración 25

Hoja promocional Energía Andina



Nota: Elaborado en Canva

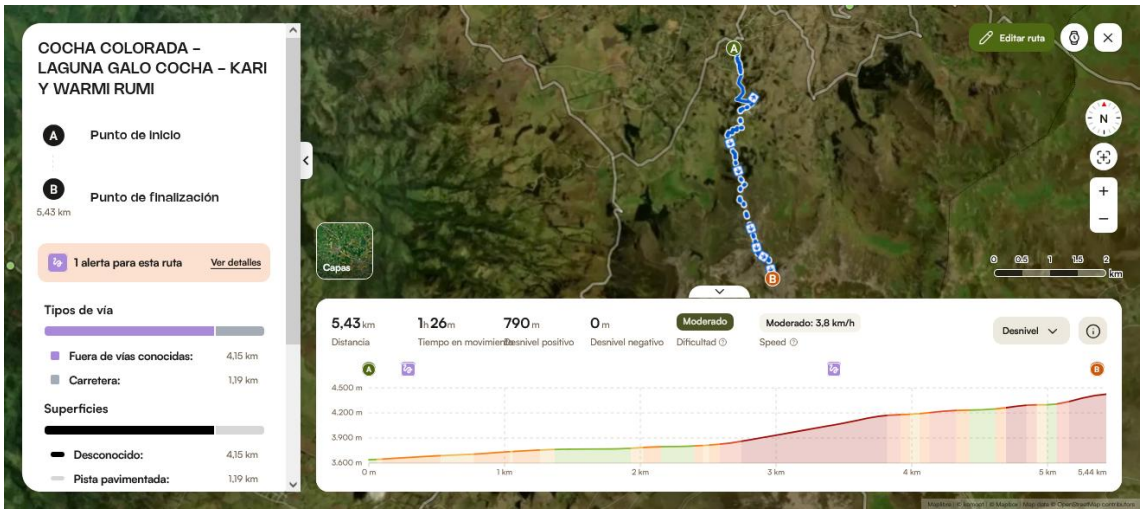
5.6.Diseñar rutas turísticas basados en los recursos naturales y culturales

5.6.1. Ruta turística Caminos de altura (Cocha Colorada)

El diseño de la ruta turística se realizó mediante la aplicación Komoot, a partir del levantamiento de coordenadas geográficas de los atractivos ubicados en la comunidad, lo que permitió trazar con precisión el recorrido y verificar su viabilidad, a continuación, se presenta la forma del recorrido.

Ilustración 26

Ruta Caminos de altura



Nota: Elaborado en Komoot

5.6.2. Hoja Técnica Diseño de Ruta

Para el diseño de la hoja técnica de la ruta, se sistematizó la información obtenida en campo, incorporando aspectos como trayectorias, horarios, longitud, servicios, actividades y descripción general, con el propósito de estructurar técnicamente el producto turístico y garantizar su adecuada planificación y operatividad.

Tabla 54

Hoja técnica diseño de ruta Caminos de altura

Trayectorias Desde	Trayectorias Hasta	Horario	Atractivos Principales	Tiempo	Longitud KMS	Servicios	Actividades	Descripción
Guaranda / Guanujo		7:00 am/ 7:20 am	Santuario de Guanujo	20 min	4 km	Transporte	Fotografía	Relato histórico del santuario de Guanujo
Guanujo / Salinas de Guaranda		7:20 am / 8:00 am	Las truchas de Apahua	40 min	23 km	Trasporte	Fotografía	Relato geográfico en la trayectoria hacia Salinas de Guaranda
Salinas de Guaranda / Rayo Pamba		8:00 am / 8:25 am	• Bosque de pinos • Comunidad Rayo Pamba	25 min	13 km	Trasporte	Fotografía	Relato geográfico de la comunidad Rayo Pamba y descripción del bosque de pinos.
Rayo Pamba / Cocha Colorada		8:25 am / 8: 30 am	• Laguna Galo cocha • Torres Warmi y Kari roca • Convivencia cultural comunidad Cocha Colorada	5 min	4 km	• Trasporte • Alimentación • Guianza • Recreación	• Caminata • Fotografía • Visita a la laguna Galo Cocha y torres Kari y Warmi roca • Paseo en bote • Columpio	En la comunidad se realizará interpretación histórica, actividad de senderismo, paseo en bote y fotografía de flora y fauna, ademas de brindar el servicio de alimentos.

Nota: Elaboración propia

5.6.3. Propuesta de mejora para el producto turístico

De acuerdo al Viceministerio de Turismo (2019), en el Manual para la Estructura de Productos con base a un Atractivo Turístico, establece los componentes principales que debe integrar un producto, así como los servicios y espacios necesarios que complementan la experiencia de visita, con base en estos lineamientos, se organizó el producto "Caminos de altura", articulando sus atractivos con el equipamiento, la infraestructura y la accesibilidad requeridos para su adecuada operación en la comunidad de Cocha Colorada.

Tabla 55

Propuesta de mejora para el producto Caminos de altura

Parroquia	**Línea de turismo**	**Atractivos turísticos**	**Producto turístico**
Rayo Pamba	Naturaleza / Aventura	• Cerro Carbosan. • Aguas minerales de Jaihoa.	Energía Andina
Equipamiento existente	**Planta / equipamiento turístico a incorporar**	**Costo aproximado**	**Tiempo para la implementación**
N/A	Punto de información turística y acogida al visitante. Casa de alojamiento. Quiosco restaurante comunitario.	$14.000	8 meses
Posee facilidades	**Facilidades / infraestructura turística a incorporar**		
N/A	Señalización turística e interpretativa. Área de descanso. Baterías sanitarias ecológicas.	$4.000	
Posee accesibilidades	**Accesibilidad a incorporar**		
N/A	Habilitación o mantenimiento de senderos. Transporte local organizado.	$3.000	
	Total, de costos	$21.000	
Carretera	Vía principal totalmente asfaltada hasta la comunidad. Vía de tercer orden hasta el atractivo	**Medios de Acceso**	Camioneta 4x4 Motocicleta Bicicleta

Tabla 56

Modelo del Paquete Turístico Caminos de altura

N°.	Descripción	Especificaciones
1	Mercado Objetivo.	Turistas Nacionales y extranjeros.
2	Duración.	1dia
3	Actividades principales.	Senderismo, picnic, interpretación ambiental, observación de atardeceres.
4	Equipamiento para el turista.	Ropa abrigada, botas, guantes, gorro, hidratación, cámara fotográfica.
5	Precio.	$ 613,05
6	Pax.	15
7	Grado de dificultad.	Moderado.
8	Recorrido.	A Pie.

Nota: Elaboración propia

Tabla 57

Determinación de los Servicios Caminos de altura

N°	Servicio	Especificaciones
1	Transporte	Se utilizará una buseta privada como medio de transporte para la movilización.
2	Alimentación	El desayuno se ofrecerá en la comunidad Cocha Colorada al igual que el almuerzo y la merienda.
3	Guianza	El personal encargado de brindar este servicio serán las personas nativas de la localidad.
4	Alojamiento.	Este servicio se brindará en la comunidad Cocha Colorada.

Nota. Elaboración propia

5.6.4. Itinerario

En el siguiente itinerario se detalla las actividades programadas para la visita a la comunidad Cocha Colorada y sus atractivos naturales, incluyendo caminatas, senderismo y visita a la laguna de Galo Cocha, torres Warmi y Kari Roca como parte de la experiencia turística, también se dispone de un guion turístico que contempla la bienvenida a los visitantes, una breve descripción de la comunidad, su entorno natural y cultural, la interpretación histórica y ambiental, así como la explicación de los principales atractivos del recorrido.

Ilustración 27

Itinerario comunidad Cocha Colorada



Nota: Elaboración en Canva.

5.6.5. Guion Turístico

Bienvenida

Buenos días estimados turistas que nos visitan el día de hoy, mi nombre es ……. y voy a ser su guía durante su recorrido por la comunidad de Cocha Colorada, a nombre de la comunidad, les agradecemos por haber elegido este territorio para conocer sus paisajes, historia y la relación ancestral que nuestros pobladores mantienen con la naturaleza.

En este momento nos encontramos a una altitud aproximada de 3.650 m.s.n.m., dentro de la comunidad, en el recorrido hacia las torres alcanzaremos una altitud de 3.966 m.s.n.m un recorrido en donde presentaremos fuertes vientos y frio, es por ello que les recomiendo caminar con calma, mantenerse abrigados e hidratados para disfrutar plenamente de esta experiencia, en caso de que alguno de ustedes presente cansancio o mareo pueden hacernos conocer este inconveniente para hacer una pequeña pausa durante el recorrido. Adicional a esta información no olvidemos que cada recipiente en donde tengamos alimentos adicionales no vótenos en el sendero.

Comunidad Cocha Colorada

La comunidad de Cocha Colorada forma parte de la zona alta de la parroquia Simiátug, sus habitantes han vivido históricamente de la agricultura y la ganadería, adaptándose a las condiciones del páramo y transmitiendo de generación en generación conocimientos ancestrales relacionados con la tierra, el agua y las montañas.

Para la comunidad, el territorio no solo es un espacio físico, sino un lugar sagrado donde cada cerro, laguna y roca posee un significado cultural y espiritual. En esta comunidad apreciamos una pequeña laguna en donde los pobladore han acudido a esta

laguna para realizar rituales en agradecimiento por las cosechas y pedir equilibrio para la comunidad.

Laguna Galo Cocha

La laguna Galo Cocha se ubica a 3.757 m.s.n.m. y es considerada uno de los espacios más representativos de la comunidad, su nombre y su presencia están ligados a relatos locales que la reconocen como un lugar de descanso del agua y de protección del páramo.

La laguna posee 2 hectáreas de amplitud, además podemos a presenciar totoras, patos y garzas que refuerzan su importancia ecológica, mientras que el silencio y el paisaje la convierten en un sitio de contemplación y conexión espiritual.

A continuación, nos dividiremos en dos grupos para poder realizar la actividad en bote y el uzo del columpio, para poder disfrutar sin apuro estas actividades.

Torre Warmi Roca

La Torre Warmi Roca, alcanza una altura aproximada de 80 metros, esta torre representa la energía femenina del territorio, su nombre quechua Warmi significa mujer simbolizando protección, fortaleza y equilibrio.

Desde este punto se obtiene una vista privilegiada de la cordillera occidental, lo que históricamente permitió a los pobladores observar el clima y proteger sus territorios.

Torre Kari Roca

En este momento estamos a 3.932 m.s.n.m., esta torre complementa el significado de la Warmi Roca, ya que Kari significa hombre, representando así la energía masculina del páramo, ambas formaciones son consideradas por la comunidad como guardianes naturales del territorio.

Como pudieron apreciar en esta zona existe fauna seca y verde donde se puede apreciar la adaptación a vientos y frio, para finalizar es importante mencionar que estas dos formaciones han sido puntos de referencia para los comuneros en sus desplazamientos y labores diarias.

Despedida

Estimados turistas, agradecemos su visita a la comunidad de Cocha Colorada. Esperamos que esta experiencia les haya permitido conocer no solo nuestros paisajes, sino también el significado cultural y espiritual que tienen para nuestra comunidad.

¡Muchas gracias y buen retorno!

5.6.6. Cotización del producto turístico

La siguiente cotización detalla los costos generales e individuales del paquete turístico "Caminos de Altura", considerando un grupo de 15 personas, e incluye servicios de transporte, guianza, alimentación, impuestos y comisión, permitiendo determinar el precio final por persona.

Tabla 52

Cotización del paquete turístico "Caminos de altura"

Costo del paquete turístico "Caminos de altura"			
Costos generales del servicio	**Cantidad**	**Precio unitario**	**Precio colectivo (15 pax)**
Transporte turístico	1	$ 8,00	$ 120,00
Guianza	1	$ 8,00	$ 120,00
Total, costos generales		**$ 16,00**	**$ 240,00**
Desayuno	1	$ 4,00	$ 60,00
Paseo en bote	4	$ 2,00	$ 30,00
Columpio	1	$ 1,50	$ 22,50
Almuerzo	1	$ 5,00	$ 75,00
Entrada a las torres	1	$ 1.00	$ 15,00
Merienda	1	$ 4,00	$ 60,00
Total, costos individuales		**$ 17,50**	**$ 262,50**
Total, costos individuales y generales		**$ 33,50**	**$ 502,50**
IVA 12%		$ 4.02	$ 60,30
Comisión 10%		$ 3,35	$ 50,25

Total	**$ 40,87**	**$ 613,05**

Nota: Elaboración propia.

5.6.7. Hoja Promocional

La hoja promocional del paquete turístico “Caminos de Altura en Cocha Colorada” se utilizará como herramienta de difusión para dar a conocer los atractivos, servicios incluidos y precio del paquete, facilitando su promoción a través de redes sociales, medios digitales y puntos de información turística.

Ilustración 28

Hoja promocional comunidad Cocha Colorada



Nota: Elaboración en Canva.

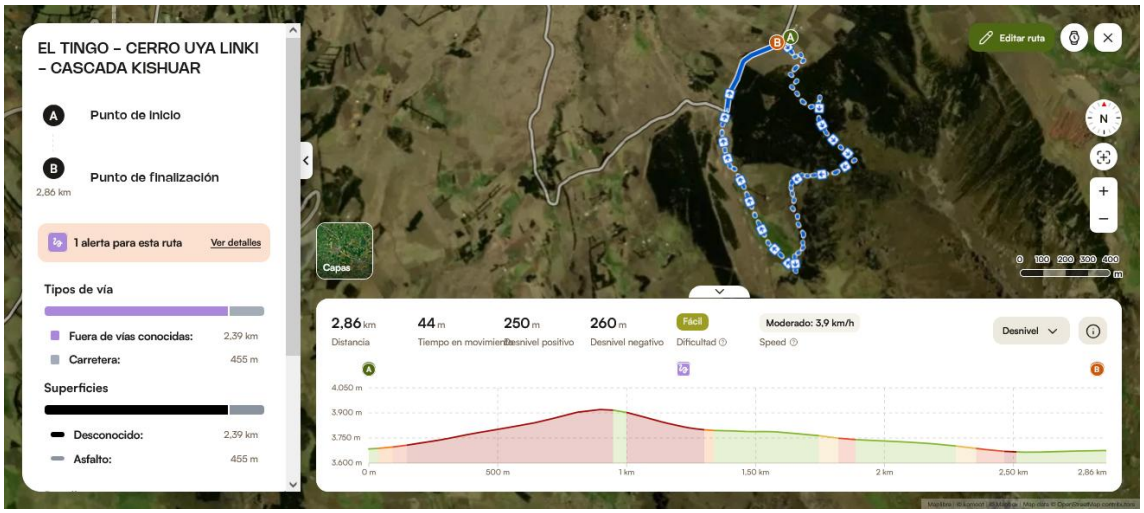
5.7.Diseñar rutas turísticas basados en los recursos naturales y culturales

5.7.1. Ruta turística Sendero de agua viva (El tingo)

El diseño de la ruta turística se realizó mediante la aplicación Komoot, a partir del levantamiento de coordenadas geográficas de los atractivos ubicados en la comunidad, lo que permitió trazar con precisión el recorrido y verificar su viabilidad, a continuación, se presenta la forma del recorrido.

Ilustración 29

Ruta turística Sendero del agua viva



Nota: Elaborado en Komoot

5.7.2. Hoja Técnica Diseño de Ruta

Para el diseño de la hoja técnica de la ruta, se sistematizó la información obtenida en campo, incorporando aspectos como trayectorias, horarios, longitud, servicios, actividades y descripción general, con el propósito de estructurar técnicamente el producto turístico y garantizar su adecuada planificación y operatividad.

Tabla 58

Hoja técnica del diseño de ruta Sendero del agua viva

Trayectorias Desde	Trayectorias Hasta	Horario	Atractivos Principales	Tiempo	Longitud KMS	Servicios	Actividades	Descripción
Guaranda / Guanujo		6:00 am/ 6:20 am	Santuario de Guanujo	20 min	4 km	Transporte	Fotografía	Relato histórico del santuario de Guanujo
Guanujo / Salinas de Guaranda		6:20 am / 7:00 am	Las truchas de Apahua	40 min	23 km	Trasporte	Fotografía	Relato geográfico en la trayectoria hacia Salinas de Guaranda
Salinas de Guaranda / Rayo Pamba		7:00 am / 7:25 am	• Bosque de pinos • Comunidad Rayo Pamba	25 min	13 km	Trasporte	Fotografía	Relato geográfico de la comunidad Rayo Pamba y descripción del bosque de pinos.
Rayo Pamba / Cocha Colorada		7:25 am / 7:30 am	Convivencia cultural comunidad Cocha Colorada	5 min	4 km	Trasporte	Fotografía	Relato geográfico de la comunidad Cocha Colorada y Simiátug
Cocha Colorada / El Tingo		7:30 am / 7:43 am	• Cerro Uya linki • Cascada Kishuar	13 min	6 km	• Trasporte • Alimentación • Guianza Recreación	• Caminata • Fotografía • Visita al cerro Uya linki y la cascada Kishuar • Baño de purificación • Picnic	En la comunidad se realizará senderismo, picnic, balos de purificación y fotografía de la flora y fauna del páramo, cabe mencionar que se brindara el servicio de alimentos.

Nota: En la tabla se detalla aspectos esenciales para el diseño de ruta.

5.7.3. Estructura del producto turístico

De acuerdo al Viceministerio de Turismo (2019), en el Manual para la Estructura de Productos con base a un Atractivo Turístico, establece los componentes principales que debe integrar un producto, así como los servicios y espacios necesarios que complementan la experiencia de visita, con base en estos lineamientos, se organizó el producto "Sendero de agua y vida", articulando sus atractivos con el equipamiento, la infraestructura y la accesibilidad requeridos para su adecuada operación en la comunidad del Tingo.

Tabla 59

Propuesta de mejora para el producto turístico Sendero del agua viva

Parroquia	**Línea de turismo**	**Atractivos turísticos**	**Producto turístico**
El Tingo	Naturaleza / Aventura	Cerro Uya Linki Cascada Kishuar	Sendero de agua viva.
Equipamiento existente	**Planta / equipamiento turístico a incorporar**	**Costo aproximado**	**Tiempo para la implementación**
N/A	Punto de información turística y acogida al visitante. Zona de camping. Zona de picnic. Casa de alojamiento. Quiosco restaurante.	$12.500	9 meses
Posee facilidades	**Facilidades / infraestructura turística a incorporar**		
N/A	Mantenimiento de sendero. Señalización turística e informativa. Implementación de miradores Baterías sanitarias ecológicas.	$6.000	
Posee accesibilidades	**Accesibilidad a incorporar**		
N/A	Senderos de acceso mejorados. Transporte local organizado.	$3.000	
Total, de costos		$21.500	
Carretera	Vía principal totalmente asfaltada hasta la comunidad.	**Medios de Acceso**	Camioneta 4x4 Motocicleta Bicicleta

Nota: Elaboración propia

Tabla 60

Modelo del Paquete Turístico Sendero del agua viva

N°.	Descripción	Especificaciones
1	Mercado Objetivo.	Turistas Nacionales y extranjeros.
2	Duración.	1dia
3	Actividades principales.	Senderismo, camping, picnic, baños de purificación, interpretación ambiental, observación de flora y fauna y observación de atardeceres.
4	Equipamiento para el turista.	Ropa abrigada, botas, guantes, gorro, hidratación, cámara fotográfica, binoculares.
5	Precio.	$ 567.30
6	Pax.	15
7	Grado de dificultad.	Moderado.
8	Recorrido.	A Pie

Nota: Elaboración propia

Tabla 61

Determinación de los Servicios Sendero del agua viva

N°	Servicio	Especificaciones
1	Transporte	Se utilizará una buseta privada como medio de transporte para la movilización.
2	Alimentación	El desayuno se ofrecerá en la comunidad El tingo al igual que el almuerzo se brindará en la comunidad.
3	Guianza	El personal encargado de brindar este servicio serán las personas nativas de la localidad.
4	Alojamiento.	Este servicio se brindará en la comunidad El Tingo

Nota: Elaboración propia

5.7.4. Itinerario

En el siguiente itinerario se detalla las actividades programadas para la visita a la comunidad del Tingo y sus atractivos naturales, incluyendo caminatas, senderismo y visita al Cerro Uya Linki y Cascada Kishuar como parte de la experiencia turística, también se dispone de un guion turístico que contempla la bienvenida a los visitantes, una

breve descripción de la comunidad, su entorno natural y cultural, la interpretación histórica y ambiental, así como la explicación de los principales atractivos del recorrido.

Ilustración 30

Itinerario comunidad El Tingo



Nota: Elaborado en Canva

5.7.5. Guion Turístico

Bienvenida

Buenos días estimados turistas es un honor contar con la presencia de todos ustedes, mi nombre es -------- y seré su guía durante esta experiencia turística comunitaria, agradecemos su visita y el interés por conocer nuestros paisajes andinos, ecosistemas de páramo y la cultura viva de nuestra comunidad, nos encontramos a una altitud de 3800 msnm , por lo que es importante tomar las precauciones necesarias frente al clima frío y a la altura, tomar en cuenta que durante el recorrido conocerán sitios naturales como el cerro Uya Linki y la cascada Kishuar, lugares que destacan por su belleza paisajística y su valor natural.

Comunidad del Tingo.

La comunidad del Tingo ubicada en la zona alta de Simiátug, a una altitud de 3.800 msnm cuenta con un hábitat de páramo bien conservado, una población que se dedica a la agricultura y ganadería, conservando una relación estrecha con la naturaleza y sus recursos, esta comunidad se caracteriza por su hospitalidad, tranquilidad y respeto que mantienen con los espacios naturales considerados sagrados dentro de su territorio.

Cerro Uya Linki.

El cerro Uya Linki es un atractivo natural y cultural con un gran valor histórico, desde su cima se puede observar todo el panorama andino y su ecosistema circundante, este cerro es considerado un lugar simbólico y espiritual, donde además de caminar dentro de un bosque de pinos se puede observar conejos de páramo, plantas y diferentes aves andinas, resaltando la conexión entre la comunidad y la naturaleza.

Cascada Kishuar.

La cascada Kishuar es un atractivo natural creado por la caída de agua en la mitad de la vegetación nativa del páramo, caracterizada por su habitad tranquilo y su valor paisajístico, convirtiéndose así en un lugar ideal para descanso, donde se pueden bañar, observar el entorno, tomar fotografías y realizar picnic si el turista lo desea, esta cascada representa la importancia y el valor que debemos brindarle al agua, como un elemento vital para toda la comunidad del Tingo.

Despedida.

Estimados turistas, en nombre de la comunidad de El Tingo les agradecemos por haber compartido esta experiencia con nosotros, esperamos que la visita al cerro Uya Linki y a la cascada Kishuar haya sido un momento de conexión con la naturaleza, el agua y la energía del páramo nos alegra haberles mostrado parte de nuestra vida cotidiana, nuestras costumbres y la riqueza natural que nos rodea, los invitamos a regresar y a recomendar este destino, contribuyendo así al fortalecimiento del turismo comunitario de Simiátug.

¡Muchas gracias y hasta una próxima visita!

5.7.6. Cotización del producto turístico

La siguiente cotización detalla los costos generales e individuales del paquete turístico “Sendero del agua y vida”, considerando un grupo de 15 personas, e incluye servicios de transporte, guianza, alimentación, impuestos y comisión, permitiendo determinar el precio final por persona.

Tabla 62

Cotización del paquete turístico Sendero del agua viva

Costo del paquete turístico "Sendero del agua Viva"			
Costos generales del servicio	**Cantidad**	**Precio unitario**	**Precio colectivo (15 pax)**
Transporte turístico	1	$10,00	$150,00
Guianza	1	$ 8,00	$ 120,00
Total, costos generales		**$ 18,00**	**$ 270,00**
Desayuno	1	$3.50	$ 52,50
Baños de purificación	1	$ 2,50	$ 37,50
Lunch para el picnic	1	$ 2,00	$ 30,00
Almuerzo	1	$ 5,00	$ 75,00
Total, costos individuales		**$ 13,00**	**$195,00**
Total, costos individuales y generales		**$ 31.00**	**$ 465,00**
IVA 12%		$ 3,72	$ 55,80
Comisión 10%		$ 3,10	$ 46,50
Total		**$ 37,82**	**$ 567.30**

Nota: en la tabla se detalla la cotización del paquete turístico.

5.7.7. Hoja Promocional

La hoja promocional del paquete turístico "Sendero del agua y vida en el Tingo" se utilizará como herramienta de difusión para dar a conocer los atractivos, servicios incluidos y precio del paquete, facilitando su promoción a través de redes sociales, medios digitales y puntos de información turística.

Ilustración 31

Hoja promocional Sendero del agua viva



Nota: Elaborado en Canva

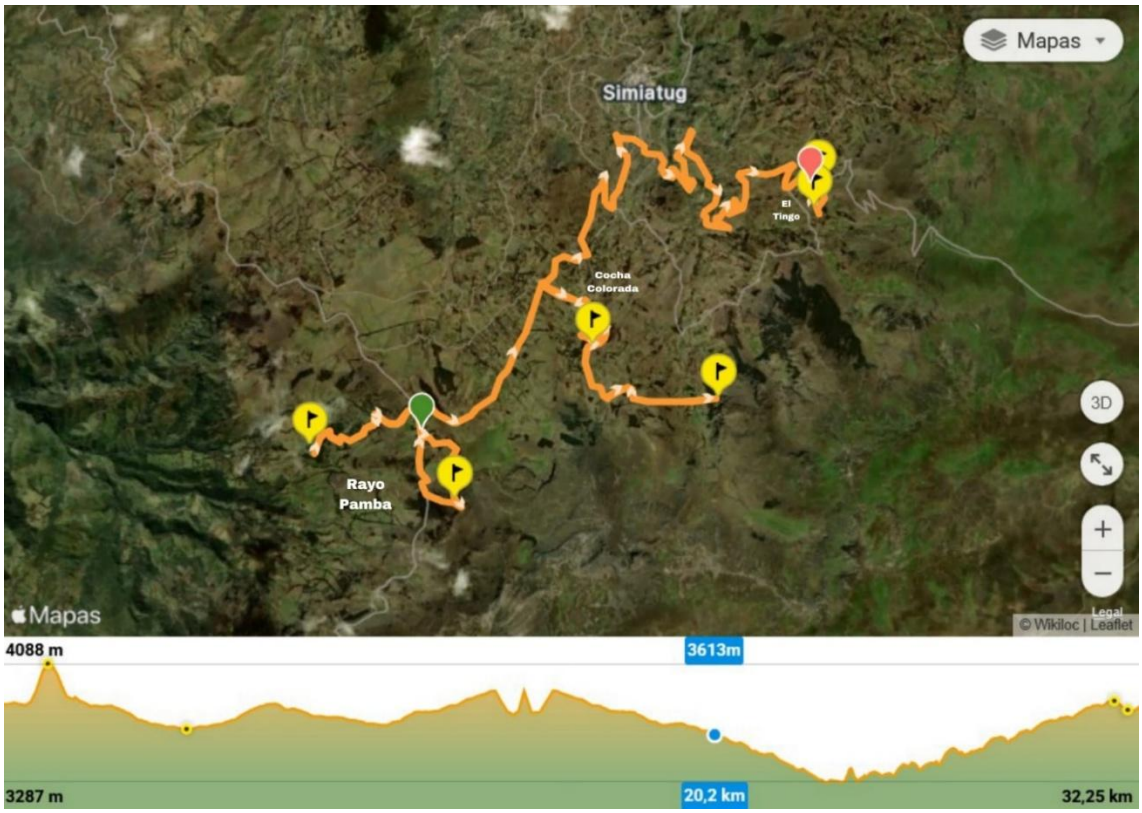
5.8.Fusión de los 3 productos turístico de cada comunidad “Senderismo de vida y energía del páramo”

5.8.1. Ruta turística

El diseño de la ruta turística se realizó mediante la aplicación Wikiloc, a partir del levantamiento de coordenadas geográficas de las tres comunidades, lo que permitió trazar con precisión el recorrido y verificar su viabilidad, a continuación, se presenta la forma del recorrido.

Ilustración 32

Ruta Turística Senderismo de vida y energía del páramo



Nota: Elaborado en Wikiloc

5.8.2. Hoja Técnica Diseño de Ruta

Para el diseño de la hoja técnica de la ruta, se sistematizó la información obtenida en campo, incorporando aspectos como trayectorias, horarios, longitud, servicios, actividades y descripción general, con el propósito de estructurar técnicamente el producto turístico y garantizar su adecuada planificación y operatividad.

Tabla 63

Hoja técnica del diseño de ruta Senderismo de vida y energía del páramo

Trayectorias Desde Hasta	Horario	Atractivos Principales	Tiempo	Longitud KMS	Servicios	Actividades	Descripción
Día 1							
Guaranda / Guanujo	7:00 am/ 7:20 am	Santuario de Guanujo	20 min	4 km	Transporte	Fotografía	Relato histórico del santuario de Guanujo
Guanujo / Salinas de Guaranda	7:20 am / 8:00 am	Las truchas de Apahua	40 min	23 km	Trasporte	Fotografía	Relato geográfico en la trayectoria hacia Salinas de Guaranda
Salinas de Guaranda / Rayo Pamba	8:00 am / 8:25 am	• Bosque de pinos • Cerro Carbosan • Aguas minerales de Jaihoa	25 min	13 km	• Trasporte • Alimentación • Guianza • Recreación	• Caminata • Fotografía • Visita a al cerro Carbosan y a las aguas minerales de Jaihoa	En la comunidad se realizará actividades de camita por un guía comunitario además se brindará el servicio de alimento.
Día 2							
Rayo Pamba / Cocha Colorada	9:00 am / 9:05 am	• Laguna Galo cocha	5 min	4 km	• Trasporte • Alimentación • Guianza	• Caminata • Fotografía	En la comunidad se realizará interpretación histórica, actividad de senderismo,

		• Torres Warmi y Kari roca • Convivencia cultural comunidad Cocha Colorada			• Recreación	• Visita a la laguna Galo Cocha y torres Kari y Warmi roca • Paseo en bote • Columpio	paseo en bote y fotografía de flora y fauna, además de brindar el servicio de alimentos.
				Día 3			
Cocha Colorada / El Tingo	19:00 pm / 19:13 pm	• Cerro Uya linki • Cascada Kishuar	13 min	6 km	• Trasporte • Alimentación • Guianza • Recreación	• Caminata • Fotografía • Visita al cerro Uya linki y la cascada Kishuar • Baño de purificación • Picnic	En la comunidad se realizará senderismo, picnic, balos de purificación y fotografía de la flora y fauna del páramo, cabe mencionar que se brindará el servicio de alimentos.
El tingo / Guaranda	15:30 pm / 16:15 pm	**Total, del recorrido:** 50 km					

Nota: En la tabla se detalla aspectos esenciales para el diseño de ruta

5.8.2. Estructura del producto turístico

De acuerdo al Viceministerio de Turismo (2019), en el Manual para la Estructura de Productos con base a un Atractivo Turístico, establece los componentes principales que debe integrar un producto, así como los servicios y espacios necesarios que complementan la experiencia de visita, con base en estos lineamientos, se organizó el producto "Senderismo de vida y energía del páramo", articulando sus atractivos con el equipamiento, la infraestructura y la accesibilidad requeridos para su adecuada operación en las comunidades de Rayo Pamba, Cocha Colorada y el Tingo.

Tabla 64

Propuesta de mejora para el producto turístico Senderismo de vida y energia del páramo

Parroquia	**Línea de turismo**	**Atractivos turísticos**	**Producto turístico**
• Rayo Pamba • Cocha Colorada • El Tingo	Naturaleza / Aventura	• Laguna Galo Cocha. • Torre Kari roca. • Torre Warmi roca. • Cerro Uya Linki • Cascada Kishuar • Aguas minerales de Jaihoa • Cerro Carbosan	Senderismo de agua y energía del páramo
Equipamiento existente	**Planta / equipamiento turístico a incorporar**	**Costo aproximado**	**Tiempo para la implementación**
N/A	Restaurante comunitario. Punto de información turística y acogida al visitante. Zona de camping. Quiosco restaurante. Botes y chalecos salvavidas Zona de picnic. Casa de alojamiento.	$16.000	22 meses
Posee facilidades			

	Facilidades / infraestructura turística a incorporar		
N/A	Área de descanso. Mantenimiento de sendero. Señalización turística e informativa. Zona de descanso. Zona de picnic. Mantenimiento del atractivo. Implementación de miradores.	$9.000	
Posee accesibilidades	**Accesibilidad a incorporar**		
N/A	Baterías sanitarias ecológicas. Rutas seguras hacia los atractivos. Indicaciones en escritura. Senderos de acceso mejorados. Transporte local organizado.	$5.000	
	Total, de costos	$30.000	
Carretera	Vía principal totalmente asfaltada hasta la comunidad. Vía de tercer orden hasta el atractivo	**Medios de Acceso**	Camioneta 4x4 Motocicleta Bicicleta

Nota: Elaboración propia

Tabla 65

Modelo del Paquete Turístico Senderismo de vida y energía del páramo

Rayo Pamba - Cocha colorada - El Tingo		
N.º	**Descripción**	**Especificación**
1	Mercado objetivo	Turistas nacionales y extranjeros
2	Duración	3 días, 2 noches
3	Actividades principales	Senderismo, camping, picnic, interpretación ambiental, baños de purificación, observación de flora y fauna y observación de atardeceres.
4	Equipamiento para el turista	Ropa abrigada, botas, guantes, gorro, hidratación, cámara fotográfica.
5	Precio	$ 1.500,60
6	PAX	15
7	Grado de dificultad	Moderado
8	Recorrido	A pie

Nota: Elaboración propia

Tabla 66

Determinación de los Servicios Senderismo de vida y energía del páramo

		El Tingo
1	Transporte	Se utilizará una buseta privada como medio de transporte para la movilización.
2	Alimentación	Día 1, el desayuno se ofrecerá en la comunidad Rayo Pamba al igual que el almuerzo y la merienda Día 2 y 3, las 3 comidas se servirán en cada comunidad de acuerdo al Itinerario.
3	Guianza	El personal encargado de brindar este servicio serán las personas nativas de cada localidad.
4	Alojamiento.	Este servicio se brindará en las comunidades Rayo Pamba el día 1 y en el Tingo el día 2.

Nota: Elaboración propia

5.8.3. Itinerario

En el siguiente itinerario se detalla las actividades programadas para la visita hacia las 3 comunidades y sus atractivos naturales, incluyendo caminatas, senderismo y visita al Cerro Carbosan, Agua minerales de Jaihoa, Laguna de Galo Cocha, Torres Warmi y Kari Roca, Cerro Uya Linki y Cascada Kishuar como parte de la experiencia turística, también se dispone de un guion turístico que contempla la bienvenida a los visitantes, una breve descripción de las comunidades, sus entornos naturales y culturales, la interpretación histórica y ambiental, así como la explicación de los principales atractivos del recorrido.

Ilustración 33

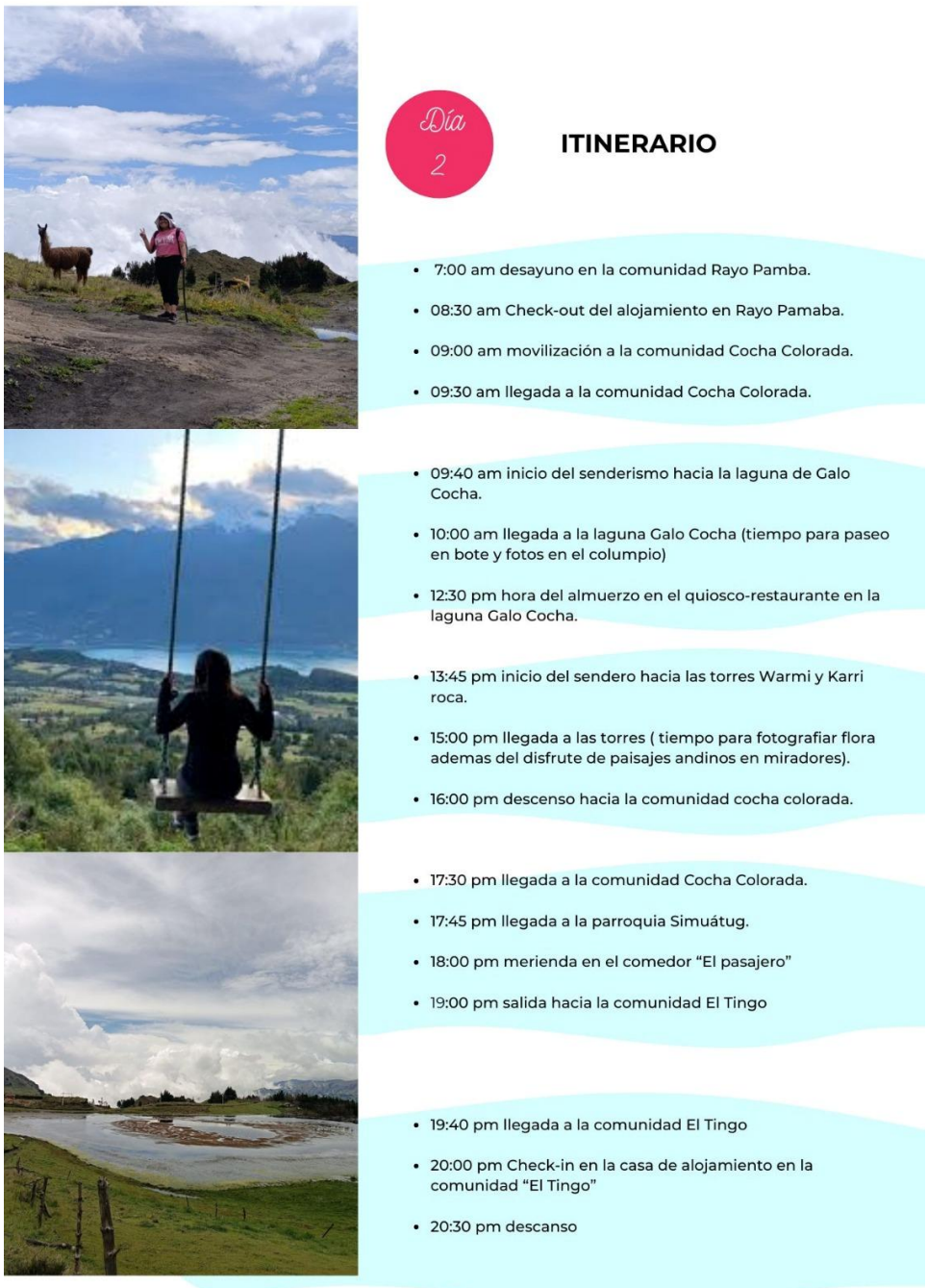
Itinerario día 1 Senderismo de vida y energía del páramo



Nota: Elaborado en Canva

Ilustración 34

Itinerario día 2 Senderismo de vida y energía del páramo



Nota: Elaborado en Canva

Ilustración 35

Itinerario día 3 Senderismo de vida y energía del páramo



Nota: Elaborado en Canva

5.8.4. Guion Turístico

Bienvenida

Buenos días estimados turistas, reciban un cordial saludo y sean bienvenidos a esta experiencia turística comunitaria en la zona alta de Simiátug, mi nombre es …… y seré su guía durante este recorrido que integra las comunidades de Rayo Pamba (3.717 m.s.n.m.), Cocha Colorada (3.650 m.s.n.m.) y El Tingo (3.800 m.s.n.m.), territorios donde el páramo andino se manifiesta a través de paisajes naturales, fuentes hídricas y espacios de alto valor cultural y espiritual para las comunidades locales.

A lo largo de esta travesía alcanzaremos zonas de mayor altitud, con clima frío y presencia de vientos, por lo que les recomendamos caminar con calma, mantenerse abrigados e hidratados para disfrutar plenamente de la experiencia, en caso de presentar cansancio o malestar debido a la altura, les pedimos comunicarlo para realizar pausas durante el recorrido, de la misma manera, les recordamos la importancia de respetar el entorno natural y no dejar residuos en los senderos, contribuyendo así a la conservación de estos espacios comunitarios.

Comunidad Rayo Pamba

La comunidad de Rayo Pamba ha desarrollado su vida en estrecha relación con el páramo, sus habitantes reconocen a los cerros como protectores y fuentes de energía, razón por la cual muchos de estos espacios mantienen un fuerte valor simbólico. La comunidad se dedica a la elaboración de quesos y a la crianza de ganado en donde sus ingresos económicos rotan de estas actividades además de la agricultura de papas, maíz, etc.

Cerro Carbosan

A continuación, nos dirigiremos al Cerro Carbosan en donde su altitud es de 4.204 m.s.n.m., Hemos llegado y como pueden apreciar este cerro es considerado un mirador en donde se puede apreciar figuras geológicas las cuales son considerado protector de la comunidad, como pueden apreciar estos restos de avión fue impactado en el año 1980 en una población que era gobernado por personas estadounidense, que dominaba estas tierras. Desde su cima se obtiene una vista panorámica de 360°, lo que permite a los pobladores orientarse y vigilar el territorio.

Aguas minerales de Jaihoa

En este momento nos encontramos en las Aguas Minerales de Jaihoa, un espacio natural donde la montaña resguarda el origen del agua, como podemos observan existen dos formaciones rocosas que por su forma, asemejan una puerta natural conocida como "Saguan", la formación donde alberga sus aguas se denomina "Paila", la cual es una fosa donde se concentra el agua que desciende desde las almohadillas de los páramos, manteniéndole limpia además este brota de agua es conocida como guitig, reconocida por su efervescencia natural y su proceso de filtración subterránea.

Comunidad Cocha Colorada

La comunidad de Cocha Colorada forma parte de la zona alta de la parroquia Simiátug, sus habitantes han vivido históricamente de la agricultura y la ganadería, adaptándose a las condiciones del páramo y transmitiendo de generación en generación conocimientos ancestrales relacionados con la tierra, el agua y las montañas.

Para la comunidad, el territorio no solo es un espacio físico, sino un lugar sagrado donde cada cerro, laguna y roca posee un significado cultural y espiritual. En esta comunidad apreciamos una pequeña laguna en donde los pobladore han acudido a esta

laguna para realizar rituales en agradecimiento por las cosechas y pedir equilibrio para la comunidad.

Laguna Galo Cocha

La laguna Galo Cocha se ubica a 3.757 m.s.n.m. y es considerada uno de los espacios más representativos de la comunidad, su nombre y su presencia están ligados a relatos locales que la reconocen como un lugar de descanso del agua y de protección del páramo.

La laguna posee 2 hectáreas de amplitud, además podemos a presenciar totoras, patos y garzas que refuerzan su importancia ecológica, mientras que el silencio y el paisaje la convierten en un sitio de contemplación y conexión espiritual.

A continuación, nos dividiremos en dos grupos para poder realizar la actividad en bote y el uzo del columpio, para poder disfrutar sin apuro estas actividades.

Torre Warmi Roca

La Torre Warmi Roca, alcanza una altura aproximada de 80 metros, esta torre representa la energía femenina del territorio, su nombre quechua Warmi significa mujer simbolizando protección, fortaleza y equilibrio.

Desde este punto se obtiene una vista privilegiada de la cordillera occidental, lo que históricamente permitió a los pobladores observar el clima y proteger sus territorios.

Torre Kari Roca

En este momento estamos a 3.932 m.s.n.m., esta torre complementa el significado de la Warmi Roca, ya que Kari significa hombre, representando así la energía masculina del páramo, ambas formaciones son consideradas por la comunidad como guardianes naturales del territorio.

Como pudieron apreciar en esta zona existe fauna seca y verde donde se puede apreciar la adaptación a vientos y frio, para finalizar es importante mencionar que estas dos formaciones han sido puntos de referencia para los comuneros en sus desplazamientos y labores diarias.

Comunidad del Tingo.

La comunidad del Tingo se encuentra en la zona alta de la parroquia Simiátug, a una altitud de 3.800 msnm, dentro de un entorno de páramo bien conservado, la población se dedica principalmente a la agricultura y ganadería, manteniendo una relación estrecha con la naturaleza y el recurso hídrico, la comunidad se caracteriza por su tranquilidad, su hospitalidad y el respeto por los espacios naturales considerados sagrados dentro de su territorio.

Cerro Uya Linki.

El cerro Uya Linki es un atractivo natural y cultural de gran importancia, desde su cima se obtiene una vista panorámica del paisaje andino y del ecosistema de páramo circundante, este cerro es considerado un espacio simbólico y espiritual, donde se realizan caminatas, observación del entorno e interpretación ambiental, resaltando la conexión entre la comunidad y la naturaleza.

Cascada Kishuar.

La cascada Kishuar es un atractivo formado por la caída de agua en medio de vegetación nativa del páramo, el sitio se caracteriza por su ambiente tranquilo y su valor paisajístico, convirtiéndose en un espacio ideal para el descanso, la contemplación y la fotografía, la cascada representa la importancia del agua como elemento vital para la comunidad y constituye un punto clave dentro del recorrido natural del Tingo.

Despedida.

Queridos turistas, agradecemos enormemente su visita y el tiempo dedicado con las comunidades Rayo Pamba, Cocha Colorada y El Tingo, esperamos que esta experiencia les permita concientizar y valorar los paisajes andinos, la energía de los cerros, el agua y el significado cultural y espiritual, los invitamos a regresar y ser parte de nuestra vida cotidiana, costumbres y saberes ancestrales que contribuyen al turismo comunitario y a la conservación del entorno natural de Simiátug.

¡Muchas gracias y hasta una próxima visita!

5.8.5. Cotización del producto turístico

La siguiente cotización detalla los costos generales e individuales del paquete turístico "Senderismo de agua y energía del páramo", considerando un grupo de 15 personas, e incluye servicios de transporte, guianza, alimentación, impuestos y comisión, permitiendo determinar el precio final por persona.

Costo del paquete turístico "Senderismo de vida y energía del páramo"			
Costos generales del servicio	**Cantidad**	**Precio unitario**	**Precio colectivo (15 pax)**
Transporte turístico (3 días)	1	$ 16,00	$ 240,00
Guianza (3 días)	1	$ 8,00	$ 120,00
Total, costos generales		**$ 24,00**	**$ 360,00**
Dia 1			
Desayuno	1	$ 3,00	$ 45,00
Almuerzo	1	$ 4,00	$ 60.00
Merienda	1	$ 3,50	$ 52,50
Alojamiento	1	$ 10,00	$ 150,00
Entrada a las aguas minerales	1	$ 1,00	$ 15,00
Dia 2			
Desayuno	1	$ 3,00	$ 45,00
Almuerzo	1	$ 4,00	$ 60,00
Merienda	1	$ 3,50	$ 52,50
Alojamiento	1	$ 10,00	$ 150,00
Paseo en bote	4	$ 2,00	$ 30,00
Columpio	1	$ 1,50	$ 22,50
Entrada a las torres	1	$ 1.00	$ 15,00
Dia 3			

Desayuno	1	$3.00	$ 45,00
Almuerzo	1	$ 4,00	$ 60,00
Baños de purificación	1	$ 2,50	$ 37,50
Lunch para el picnic	1	$ 2,00	$ 30,00
Total, costos individuales		**$ 58,00**	**$ 870,00**
Total, costos generales		**$ 24,00**	**$ 360,00**
1.Total, de costos		**$ 82,00**	**$ 1.230**
IVA 12%		$ 9,84	$ 147,60
Comisión 10%		$ 8,20	$ 123
Total		**$ 100,04**	**$ 1.500,60**

Nota: En la tabla se detalla la cotización de la fusión de los 3 paquetes turísticos.

5.8.6. Hoja Promocional

La hoja promocional del paquete turístico “Senderismo de agua y energía del páramo” se utilizará como herramienta de difusión para dar a conocer los atractivos, servicios incluidos y precio del paquete, facilitando su promoción a través de redes sociales, medios digitales y puntos de información turística.

Ilustración 36

Hoja promocional Senderismo de vida y energía del páramo



Nota: Elaborado en Canva

5.9.Diseño de la marca

Ilustración 37

Logo para el uso de las 3 comunidades



Nota: Elaborado en Canva

Nombre del paquete turístico:

"Senderismo de Vida y Energía del Páramo"

Descripción:

El nombre del emprendimiento hace referencia a la experiencia turística que se desarrolla en el ecosistema del páramo andino, donde el senderismo se convierte en un medio para descubrir la energía natural del territorio y el origen de la vida a través del agua, las montañas y la convivencia comunitaria. Este nombre refleja la esencia del

producto, orientado a promover el contacto directo con la naturaleza y el bienestar integral del visitante.

Identidad visual

La identidad visual representa los principales elementos naturales y culturales que caracterizan al territorio, en el centro del logotipo se observan montañas, una cascada, una vivienda rural y el sol naciente, símbolos que hacen referencia al paisaje andino, al origen del agua y a la vida comunitaria, estos elementos expresan la relación armónica entre el ser humano y la naturaleza, así como la importancia del páramo como fuente de vida y espacio de conservación.

Valor de la marca

El valor de la marca se basa en ofrecer una experiencia turística auténtica que integra naturaleza y cultura a través de los recorridos comunitarios, el visitante tiene la oportunidad de conocer paisajes únicos, fuentes de agua y tradiciones locales, fortaleciendo el respeto por el entorno y promoviendo el turismo sostenible como una alternativa de desarrollo para las comunidades de la zona alta de Simiátug.

Eslogan

“Un viaje al equilibrio entre tierra, agua y espíritu”

Descripción:

Este eslogan sintetiza el propósito del paquete al destacar la armonía entre los elementos naturales y el bienestar del visitante, el mensaje invita a vivir una experiencia de conexión con la naturaleza y con uno mismo resaltando el valor del agua, la montaña y la energía espiritual del páramo andino.

Logo

Verde: representa la vegetación del páramo, la vida y la sostenibilidad del ecosistema, resaltando la conservación ambiental.

Celeste: simboliza el agua como fuente de vida, haciendo referencia a las cascadas y aguas minerales presentes en el recorrido.

Amarillo: expresa la energía del sol, la vitalidad y la renovación que experimenta el visitante durante el recorrido.

Beige y marrón: conexión con la tierra y la Pachamama fortaleciendo el vínculo con el territorio.

Negro: delimita el diseño y aporta equilibrio visual en la presentación de la marca.

CONCLUSIONES:

- La investigación permitió evidenciar que la zona alta de la parroquia Simiátug posee 7 recursos naturales y 1 culturales con un alto potencial para el desarrollo del turismo de naturaleza y aventura, al ser adecuadamente caracterizados, permitieron establecer una línea base de la oferta turística existente, identificando tanto fortalezas como limitaciones relacionadas con infraestructura, señalización y organización de los servicios.
- Los resultados de la investigación de mercado demostraron que la demanda turística potencial muestra una notable preferencia por experiencias de turismo de naturaleza en un 28.95% , aventura en un 20,57% y cultura y tradición en un 17.11% así como una alta influencia de los medios digitales en la planificación de viajes con un 70%, lo que explica la necesidad de fortalecer las estrategias de promoción y posicionamiento del destino.
- La estructuración de productos turísticos viables, basada en los resultados del diagnóstico y la investigación de mercado, permitió integrar los atractivos de las comunidades de Rayo Pamba, Cocha Colorada y El Tingo mediante rutas y paquetes turísticos sostenibles, evidenciando que la planificación y gestión comunitaria constituyen elementos clave para diversificar y consolidar el destino, muy aparte la comunidad de Boliche presenta bajo potencial en sus atractivos por lo cual no se determinó sus productos turístico.
- En este sentido, los resultados de la investigación confirman el diseño de 4 productos turísticos sostenibles los que ayudaran a contribuir y dinamizar la economía local, fortalecer la participación comunitaria y promover el uso responsable de los recursos naturales y culturales, dando consigo resultados fundamentales para la consolidación del turismo de naturaleza y aventura en la zona alta de Simiátug.

RECOMENDACIONES:

- Ampliar el estudio incorporando investigaciones que permitan evaluar el comportamiento de la demanda turística a lo largo del tiempo, así como la aplicación de nuevos instrumentos de medición que profundicen el análisis del impacto económico, social y ambiental de los productos turísticos implementados.
- Incentivar a las demás comunidades a la creación de productos turísticos con enfoque al turismo de naturaleza y aventura con el fin de diversificar la oferta y turismo en sus territorios, el cual generara conocimiento y dinamización económica.
- Implementar de manera evolutiva los productos turísticos diseñados fortaleciendo la capacitación de las comunidades y autoridades locales y priorizando la mejora de infraestructura básica, señalización y prestadores de servicios, así como el crecimiento de estrategias de promoción digital que permitan posicionar a la zona alta de Simiátug como un destino turístico comunitario sostenible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Abreu, J. L. (2014). El Método de la Investigación. *International Journal of Good Conscience*, *9*(3). http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf

Albayero, M., & Tejada, M. (2020). Una aproximación teórica para la aplicación de la metodología del enfoque mixto en la investigación en enfermería. In *Entorno* (Number 69, pp. 45–50). Consejo Nacional de Universidades. https://doi.org/10.5377/ENTORNO.V0I69.9562

Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador 2008 . *LEXIS*. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD). *LEXIS*. https://www.cpccs.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/cootad.pdf

Asamblea Nacional del Ecuador. (2015). Regalmento General De la Ley De Turismo. *Lexis* . https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf

Asamblea Nacional del Ecuador. (2016). Ley Orgánica de Tierras Rurales y Territorios Ancestrales . *LEXIS*. https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Ley-Organica-de-Tierras-Rurales-y-Territorios-Ancestrales.pdf

Asamblea Nacional del Ecuador. (2024). *Ley orgánica para el fortalecimiento de las actividades turísticas y fomento del empleo.* file:///C:/Users/DELL/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/7D4HP96G/Suplemento1_7c82c08f24 [1].pdf

Avendaño Leader, D., Castro Mora, M., Villalobos Moya, K., & Marrin Navarro, M. (2022). *Sistematización de la experiencia metodológica para el diseño de productos turísticos a partir de iniciativas de microemprendimiento local en el cantón de Dota, Costa Rica*. Universidad Nacional Costa Rica . https://www.e-publicacoes.uerj.br/geouerj/article/view/64999/41179

Ayón Villafuerte, L. S., Alcívar Loor, M. G., & Pibaque Pionce, M. S. (2025). La gestión turística como herramienta de desarrollo local cantón Portoviejo: Caso Cerro de Hojas Jaboncillo. *RECIMUNDO*, *9*(1), 869–881. https://doi.org/10.26820/recimundo/9.(1).enero.2025.869-881

Barios, Y., & Luis, J. (2024). *Plan de turismo para el fortalecimiento de la oferta turística del municipio de Mocoa al año 2025* (p. 29). https://alejandria.poligran.edu.co/handle/10823/7639

Bethencourt, P. (2024). Gran Canaria Una Estrategia Para Consolidar El Destino. *Cabildo de Gran Canaria*. file:///C:/Users/DELL/Downloads/Dialnet-GranCanariaUnaEstrategiaParaConsolidarElDestinoTur-9943915.pdf

Bruner, E. (1991). Transformation of self in tourism. *Annals of Tourism Research*, *18*(2), 238–250. https://doi.org/10.1016/0160-7383(91)90007-X

Cabrera Calderón, A. A. (2025). *Marketing Territorial y Turismo Verde en Pitalito, Huila: Validación de Estrategias Basadas en las Preferencias de los Turistas*. 126–127. https://ridum.umanizales.edu.co/server/api/core/bitstreams/3e1dc715-ae84-410a-8472-74cc7c5cee53/content

Carballo Cruz, E., Yera Toledo, R., Carballo Ramos, E., & Betancourt García, M. E. (2023). La innovación de productos turísticos mediante sistemas

adaptativos complejos para la generación de ventajas competitivas en Cuba. *Revista Investigaciones Turísticas*, *26*, 28–55. https://doi.org/10.14198/INTURI.22549

Colina, M. (2025). *Enhanced Reader*. moz-extension://a9823b1b-ad95-45f8-a964-68bba55c29cd/enhanced-reader.html?openApp&pdf=https%3A%2F%2Fwww.ucipfg.com%2FRepositorio%2FMGTS%2FMGTS14%2FMGTSV-09%2Fsemana2%2FMercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf

Consejo Mundial de Viajes y Turismo. (2025). *Viajes y Turismo Global es fuerte a pesar de los vientos económicos*. https://wttc.org/news/global-travel-and-tourism-is-strong-despite-economic-headwinds

Consejo Nacional De Competencias. (2016). *Resolución N°.001-CNC.2016*. CNC. https://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2021/04/0001-CNC-2016.pdf

Corona, L., & Fonseca, M. (2023). Las hipótesis en el proyecto de investigación: ¿cuándo si, cuándo no? *MediSur*, *21*(1), 269–273. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2023000100269&lng=es&nrm=iso&tlng=pt

Cuétara, L., Cossio, N., Márquez, L., & Cartay, R. (2022). *Producto turístico de naturaleza para el desarrollo de comunidades rurales en Manabí, Ecuador* [Universidad del Zulia]. https://www.redalyc.org/journal/280/28070565019/28070565019.pdf

Cueva, M., Delgado, L., Gonzáles, D., & Ramírez, C. (2021). *Propuesta de un modelo de negocio basado en una plataforma digital para experiencias de arte, cultura, entretenimiento y gastronomía para fomentar el turismo no tradicional, socialmente responsable y sostenible en el Perú*. 84–89. https://tesis.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/bee74936-30dd-498c-b586-6ed4caf91934/content

De Turismo, C., Romero, V., Nayeli, S., Romina, I., & Sáenz Véliz, S. (2025). *Educación e innovación como opción frente a problemas turísticos en la comuna Joa*. 16. https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/8029/1/Sara%20Nayeli%20Vera%20Romero.pdf

Delgado, E. (2024). *Universidad estatal península de santa elena facultad de ciencias administrativas carrera de gestión y desarrollo turístico*. 88–89. https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/5f6f71bb-dbc0-4f2b-bb31-407879da2d8a/content

Diez, A. (2002). *El modelo de ciclo de vida de los destinos turísticos: vigencia, críticas y adaptaciones al modelo Butler /*. https://revele.uncoma.edu.ar/index.php/condet/article/download/2294/59044

Fernández, R. (2009). *Segmentación de mercadoS*. 15. moz-extension://a9823b1b-ad95-45f8-a964-68bba55c29cd/enhanced-reader.html?openApp&pdf=https%3A%2F%2Fwww.uteg.edu.ec%2Fbiblioteca-libros%2Fwp-content%2Fuploads%2F2023%2F09%2FSegmentacion-de-mercados_compressed.pdf

Foskett, David., & Paskins, Patricia. (2021). *The theory of hospitality & catering*. https://www.hachettelearning.com/hospitality-and-catering/the-theory-of-hospitality-and-catering-14th-edition

Gandolfi, M., & Ramírez, P. (2020). Programas públicos de turismo rural y comunitario en América Latina y el Caribe. Evolución, impactos y recomendaciones para la implementación. *Banco de Desarrollo de América Latina*. https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/2523/Programas%20p%c3%bablicos%20de%20turismo%20rural%20y%20comunitario%20en%20Am%c3%a9rica%20Latina%20y%20el%20Caribe.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gavilanes Molina, M. C. (2023). *Productos Turísticos y Oferta Turística del cantón Chambo, provincia del Chimborazo*. Universidad Nacional de Chimborazo. http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/11022/1/Gavilanes%20Molina%2C%20M.%20%282023%29%20Productos%20Tur%C3%ADsticos%20y%20Oferta%20Tur%C3%ADstica%20del%20Cant%C3%B3n%20Chambo%2C%20provincia%20de%20Chimborazo..pdf

Guacho, I., & Chuquimarca, R. (2024). *El Turismo rural en el Ecuador revitaliza las comunidades, protege el patrimonio natural y cultural; Caso: Finca ecoturística el Arbolito, San Miguel de Llandia, Pastaza* [Instituto Superior Tecnológico de Turismo y Patrimonio Yavirac,]. https://editorialinnova.com/index.php/bij/article/view/34/34

Haro Sarango, A. F., Chisag Pallmay, E. R., Ruiz Sarzosa, J. P., & Caicedo Pozo, J. E. (2024). Tipos y clasificación de las investigaciones . *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*. https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1927

INEC. (2022). *Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)*. moz-extension://a9823b1b-ad95-45f8-a964-68bba55c29cd/enhanced-reader.html?openApp&pdf=https%3A%2F%2Fwww.ecuadorencifras.gob.ec%2Fdocumentos%2Fweb-inec%2FBibliotecas%2FFasciculos_Censales%2FFasc_Cantonales%2FBolivar%2FFasciculo_Guaranda.pdf

Labajo González, E. (2016). *El Método Científico (I) Generalidades* . https://www.ucm.es/data/cont/docs/107-2017-02-08-El%20M%C3%A9todo%20Cient%C3%ADfico%20I.pdf

Lohmann, P., & Neto, A. (2008). Tourism Theory: Concepts, Models, & Systems. *Fapesp Cabi*, *3*, 55. https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=Q9_6DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=Lohmann+y+Panosso+Netto+(2016)+&ots=Qe2ifh_ARe&sig=0Y9IRfFxBTYV_5rVOEfl8PFZX7I&redir_esc=y#v=onepage&q=Lohmann%20y%20Panosso%20Netto%20(2016)&f=false

López, G. (2023). *Planificación estratégica financiera para la empresa-Laboratorio de Sistemas de Inyección Electrónica y Comercialización "Karnel" del cantón Quito, provincia de Pichincha durante el periodo 2020-2025* (p. 49). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

https://dspace.espoch.edu.ec:8080/server/api/core/bitstreams/14c9558e-7b11-48d0-adbe-31bdc44fdd2d/content

López García, J. (2023). *Maestría en Gestión de Innovación de las Tecnologías de Información y Comunicación (MGITIC)* (p. 10). https://infotec.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1027/629/1/INFOTEC_MGITIC_JLG_14022024.pdf

López Mora, E. S., Ortiz Amaya, J. A., & Vesga Ponce, M. C. (2017). *Guía práctica para la sistematización de la colecta de datos para el proyecto de investigación "modelo didáctico para la formación ética de los estudiantes de contaduría pública."* Universidad Cooperativa de Colombia. https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/47586ed1-5d73-49e3-8ee6-2a8610aa438a/content

Lynch, P., & Molz, J. (2011). Teoria hospitality. *Hospitality and Society*, *1*(1), 3–24. https://doi.org/10.1386/HOSP.1.1.3_2

Macias Mieles, E. A. (2025). *Estudio de la demanda turistica en las parroquias rurales la américa y el anegado y su aporte económico local* [UNESUM]. https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/7568/1/Macias%20Mieles%20Edison%20Adolfo.pdf

Maturrano, L., & Faustino, E. (2020). La investigación cualitativa en Ciencias Humanas y Educación. Criterios para elaborar artículos científicos. In *Educare et Comunicare* (Vol. 8, Number 2, pp. 56–66). https://doi.org/10.35383/educare.v8i2.536

Medianero Burga, D. (2022). *Conceptos Básicos y Clasificación General*. https://economia.unmsm.edu.pe/doc_trab/dt2022/DT-IEE-UNMSM-2022-01.pdf

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 S.A.C . https://doi.org/10.35622/INUDI.B.080

Mera Cárdenas, F. M., Mendoza Mendoza, B. E., Bravo Macias, C. C., & Mejias Ramos, C. M. (2024). Propuesta para diseño de un producto turístico cultural. Caso: Comuna Pile, Montecristi. *Maestro y Sociedad* . https://maestroysociedad.uo.edu.cu/index.php/MyS/article/view/6421/7146

Merejildo, K. (2025). *Turismo comunitario: importancia de las tradiciones y costumbres del barrio La Carioca para fomentar el turismo en el sector, año 2024.* (p. 12). La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2025. https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/81708c18-944a-4049-8839-2ae674e6b1fd/content

Viceministerio de Turismo. (2019). *Manual para estructura de productos con base a un atractivo turístico*. https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual_estructura_productos_base_atractivo_sub2021.pdf

Miranda, L., Garaicoa, F., Avilés, J., & Sornoza, G. (2024). Evaluación del uso Turístico de la Parroquia Balsapamba, Provincia de Bolívar, 2024. *Ciencia*

Latina Internacional , 8.
https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/15038/21409

Nazareno, M. (2020). *El turismo rural comunitario como alternativa de desarrollo local en el recinto Bocana de Ostiones -parroquia Montalvo, cantón Rioverde, provincia de Esmeraldas – Ecuador* [Universidad Católica del Ecuador].
https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/d536572f-b973-4557-b35f-b4296e76987c/content

Pelegrín Naranjo, L. (2022). *Rediseño de la oferta de productos turísticos de naturaleza: Región Costa Sur Central de Cuba.* Revista de Ciencias Sociales, XXVIII. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8471698

Peña, S. (2017). *Análisis de Datos*. Fundación Universitaria del Área Andina.
https://digitk.areandina.edu.co/server/api/core/bitstreams/395593be-21f7-4973-ae86-901803adfc29/content

Peña, S. (2022). *Visión Estratégica 2030 de Desarrollo de Turismo Comunitario Sostenible*. 13. https://bvearmb.do/handle/123456789/4930

Peñarrieta Guerrero, J. M. (2025). *"La oferta turística y su incidencia en el desarrollo económico en la parroquia crucita del cantón Portoviejo".* 13.
https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/7730/1/Pe%c3%b1arrieta%20Guerrero%20Jelina%20Monserrate.pdf

Picazo, P. (2015). *Modelos de conformación de la imagen proyectada de los destinos turísticos y empresas de alojamiento. | Enhanced Reader*. moz-extension://a9823b1b-ad95-45f8-a964-68bba55c29cd/enhanced-

reader.html?openApp&pdf=https%3A%2F%2Faccedacris.ulpgc.es%2Fbitstream%2F10553%2F17969%2F4%2F0726179_00000_0000.pdf

Quezada Coronel Jesús Israel, & Luis Miguel Pinargote Benavides. (2025). *Impacto de la diversificación de mercados en el crecimiento económico sostenible de ecuador*. https://revista.istvr.edu.ec/wp-content/uploads/2025/03/IMPACTO-DE-LA-DIVERSIFICACION-DE-MERCADOS-EN-EL-CRECIMIENTO-ECONOMICO-SOSTENIBLE-DE-ECUADOR.pdf

Quispe, T., & Villalta, L. (2020). Epistemología e Investigación Cuantitativa. In *igobernanza* (Vol. 3, Number 12, pp. 107–120). Revista igobernanza, Instituto Internacional de Gobierno. https://doi.org/10.47865/IGOB.VOL3.2020.88

Reyes, L., & Carmona, F. (2020). *La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio* (p. 1). Ediciones Universidad Simón Bolívar. https://bonga.unisimon.edu.co/server/api/core/bitstreams/2af35a4b-2abf-4f78-a550-0a4e4764e674/content

Ríos, C., & Ferreira, C. (2023). *La decadencia de la investigación de campo y su impacto en la conservación.* Revista Digital Universitaria, *24*(5). https://doi.org/10.22201/CUAIEED.16076079E.2023.24.5.5

Rivera Maranto, M., & González Fernández, E. (2015). *Fuentes de información.* Universidad Autónoma Del Estado de Hidalgo. https://dspace.uaeh.edu.mx/server/api/core/bitstreams/624c644f-fe81-42be-9a5d-2ccde73a78e6/content

Rodríguez, A., Zambrano, M., & Aragones, A. (2024). *Una revisión sistemática sobre el turismo accesible en el Ecuador.* [Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. https://publicacionescd.uleam.edu.ec/index.php/sapientiae/article/view/671/1311

Rodriguez, J. (2020). *Aproximaciones teóricas sobre la sostenibilidad empresarial*. https://revistasdigitales.uniboyaca.edu.co/index.php/viem/article/view/1484/1110

Rodríguez, R. M. S., Fernández, J. I. P., & Herrera, I. M. R. (2018). *La consolidación turística en los territorios que conforman el Programa Pueblos Mágicos (México).* Un análisis de sus estrategias competitivas. Investigaciones Turísticas, (15), 1–33. https://doi.org/10.14198/INTURI2018.15.01

Salazar López, P. A. (2025). *Las herramientas tecnológicas y la gestión del destino turístico Patate* [Universidad Técnica de Ambato]. https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/c13e38d6-cf7a-4013-b827-7b57b408e82d/content

Sánchez, A. (2024). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Simiátug*. moz-extension://a9823b1b-ad95-45f8-a964-68bba55c29cd/enhanced-reader.html?openApp&pdf=https%3A%2F%2Fwww.simiatug.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2025%2F04%2FPDYOT-SIMIATUG-CON-ACTAS-signed.pdf

Sanchez Mora, J. L., & Mera Rojas, G. E. (2022). *Investigación de mercado para la comercialización con proyección exportable, del maíz en el cantón san miguel de Bolívar* [UNACH]. https://dspace.espoch.edu.ec:8080/server/api/core/bitstreams/71784305-09c7-48f7-8af2-627e1fe4d3ec/content

Schauz, D. (2024*). ¿Qué es la investigación pura o básica?* . Minerva, 52(3), 273–328. https://doi.org/10.1007/S11024-014-9255-0

SENACE. (2018). *Descripción de proyecto y línea base*. 13. moz-extension://a9823b1b-ad95-45f8-a964-68bba55c29cd/enhanced-reader.html?openApp&pdf=https%3A%2F%2Fwww.senace.gob.pe%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F10%2F4-y-5-LINEA-BASE.pdf

Sigcha, N. (2023). *Estudio Etnográfico del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Parroquia Simiatug, Cantón Guaranda.* [Universidad Nacional De Chimborazo]. http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/12212/1/UNACH-EC-FCEHT-PHCS-002-2024.pdf

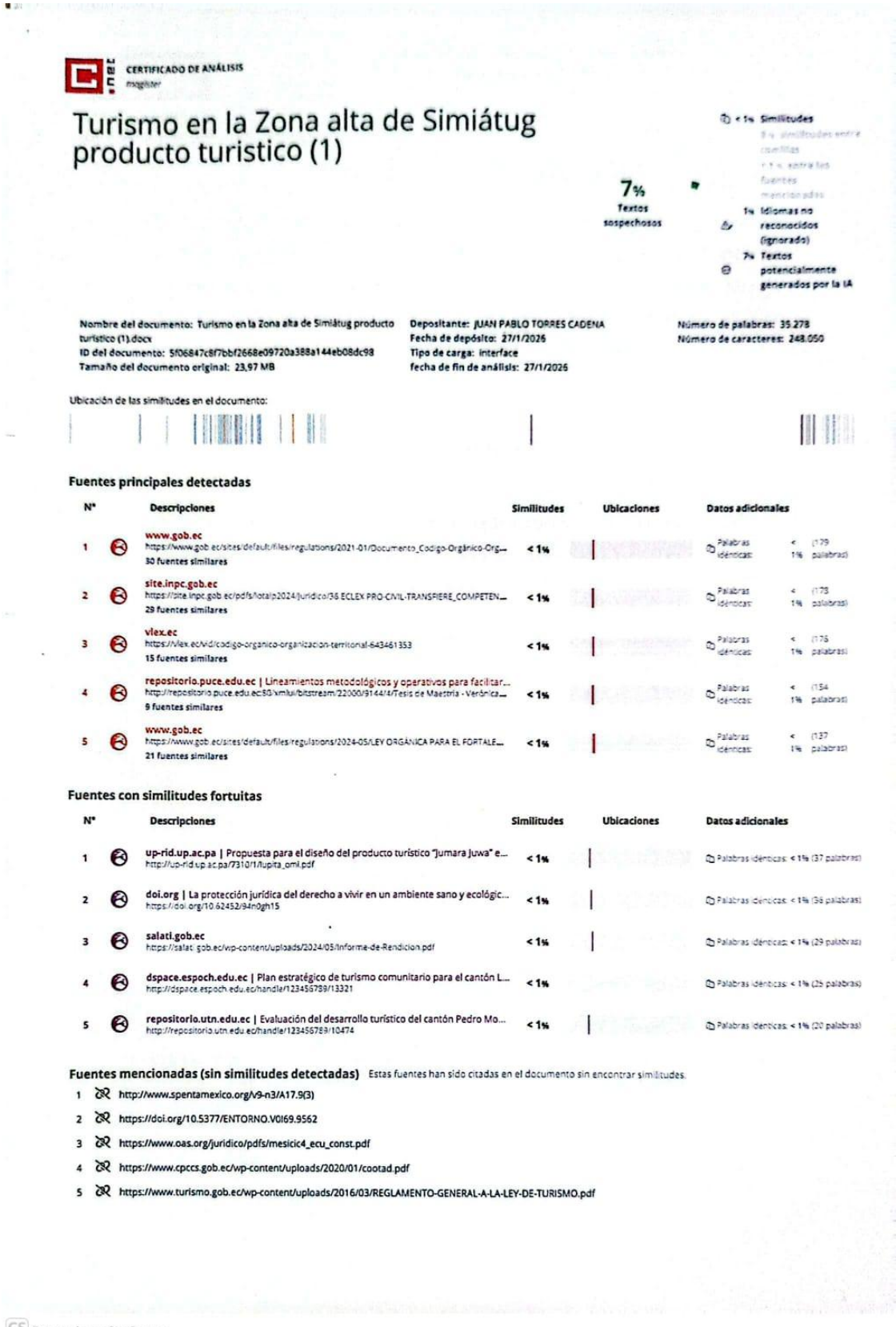
Trujillo, F. (2022). *Modelo y procedimiento de promoción para potenciar las estrategias y desarrollo del sector turístico*. https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/a788df7c-3ab7-4f42-9f99-73e03d5d97af/content

Valle, A., & Manrique, L. (2022). *La Investigación descriptiva con enfoque cualitativo en educación* (p. 15). Pontificia Universidad Católica del Perú. Facultad de Educación. https://repositorio.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/20d5ac9a-57bf-42e9-966e-73c5aabbbf95/content

Yánez, J. (2025). *Productos y atractivos turísticos, parroquia Belisario Quevedo, cantón Latacunga"*. 29. moz-extension://a9823b1b-ad95-45f8-a964-68bba55c29cd/enhanced-reader.html?openApp&pdf=https%3A%2F%2Frepositorio.utc.edu.ec%2Fserver%2Fapi%2Fcore%2Fbitstreams%2Fddf0750e-bf2e-4bdd-b893-34225522ee13%2Fcontent

Yánez Oña, J. F. (2025). *Productos y Atractivos Turisticos, Parroquia Belisario Quevedo, Cantón Latacunga* [Universidad Técnica De Cotopaxi]. https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ddf0750e-bf2e-4bdd-b893-34225522ee13/content

ANEXOS:



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

Turismo en la Zona alta de Simiátug producto turistico (1)

7% Textos sospechosos

< 1% Similitudes
1% Idiomas no reconocidos (ignorado)
7% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: Turismo en la Zona alta de Simiátug producto turistico (1).docx
ID del documento: 5f06847c8f7bbf2668e09720a388a144eb08dc98
Tamaño del documento original: 23,97 MB

Depositante: JUAN PABLO TORRES CADENA
Fecha de depósito: 27/1/2026
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 27/1/2026

Número de palabras: 35.278
Número de caracteres: 248.050

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.gob.ec https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2021-01/Documento_Codigo-Orgánico-Org... 30 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (179 palabras)
2	site.inpc.gob.ec https://site.inpc.gob.ec/pdfs/total/p2024/Juridico/36.ECLEX.PRO-CIVIL-TRANSFIERE_COMPETEN... 29 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (178 palabras)
3	vlex.ec https://vlex.ec/vid/codigo-organico-organizacion-territorial-643461353 15 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (176 palabras)
4	repositorio.puce.edu.ec | Lineamientos metodológicos y operativos para facilitar... http://repositorio.puce.edu.ec:80/xmlui/bitstream/22000/9144/4/Tesis de Maestría - Verónica... 9 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (154 palabras)
5	www.gob.ec https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2024-05/LEY ORGÁNICA PARA EL FORTALE... 21 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (137 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	up-rid.up.ac.pa | Propuesta para el diseño del producto turístico "Jumara Juwa" e... http://up-rid.up.ac.pa/7310/1/lupita_oml.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (37 palabras)
2	doi.org | La protección jurídica del derecho a vivir en un ambiente sano y ecológic... https://doi.org/10.62452/94n0gh15	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (36 palabras)
3	salati.gob.ec https://salati.gob.ec/wp-content/uploads/2024/05/Informe-de-Rendicion.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (29 palabras)
4	dspace.espoch.edu.ec | Plan estratégico de turismo comunitario para el cantón L... http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/13321	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (26 palabras)
5	repositorio.utn.edu.ec | Evaluación del desarrollo turístico del cantón Pedro Mo... http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10474	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1 http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)
2 https://doi.org/10.5377/ENTORNO.V0I69.9562
3 https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
4 https://www.cpccs.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/cootad.pdf
5 https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf

Escaneado con CamScanner

Ficha de inventario de alimentos y bebidas en Salinas de Guaranda.

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

Nombre del establecimiento	Hotel "El Refugio"					
Ubicación	Dirección	Salinas - Vía Simiátug				
	Coordenadas	X(7...):	Y(9...):			
Contacto Telefónico	0983095059					
Capacidad turística (alojamiento, alimentos y bebidas, intermediación turística, parque de atracciones	Alojamiento (Hotel)					
Simiátug						
Salinas De Guaranda	X					
Número de Habitaciones	Nº: 16			Número de Mesas	Nº: 7/8	
Detalle	Pax	Precio		Detalle	Pax	Precio
Matrimoniales / 3 privadas	2	40.00		Desayuno incluido.		
Dobles / 7 privadas	3	60.00		Platos a la Carta	S	5.00
Triple / 1 privadas	4	80.00				
Cuadruple / 1 privados	5	100				
4 Habitaciones con baños compartidos	5	15 x Pax				
Total						
Número de Plazas	Nº: 42. - 52.			Número de Plazas	Nº: 42.	
Agencias de Viajes	Mayoristas			Operadoras		
Guía	Local		Nacional		Especializado	
Alquiler y venta de equipo especializado			Venta de artesanías y merchandising			
Casa de cambio			Cajero automático			
Problemas turísticos identificados						
Posee Salon de eventos para 200 personas, hacen talleres de capacitación						

Evidencias de encuestas realizadas a prestadores de servicios de alojamiento.











Salidas de campo a Simiatug.



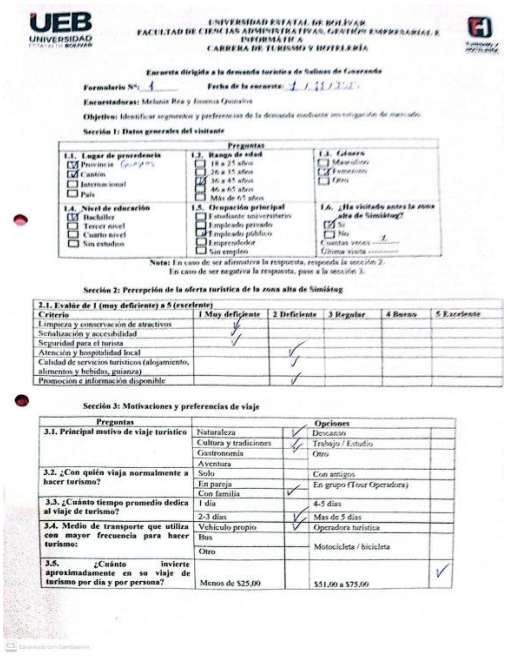




Ficha de atractivos turísticos.

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																				
Código del atractivo:	0	2	0	1	5	9	A	N	0	1	0	1	0	0	0	0	1			
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo					
1. DATOS GENERALES																				
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																				
CERRO UYA LINKI																				
1.2 Categoría							**1.3 Tipo**							**1.4 Subtipo**						
ATRACTIVOS_NATURALES							MONTAÑAS							ALTA MONTAÑA						
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																				
2.1 Provincia							**2.2 Cantón**							**2.3 Parroquia**						
BOLIVAR							GUARANDA							SIMIATUG						
2.4 Barrio, Sector o Comuna							**2.5 Calle Principal**						**2.6 Número**				**2.7 Transversal**			
TINGU							VIA SIMIATUG						S/I				S/I			
2.8 Latitud (grados decimales)							**2.9 Longitud (grados decimales)**					Click	**2.10 Altura(msnm)**							
-1.31712							-78.94397						3890msnm							
2.11 Información del administrador																				
a. Tipo de Administrador:	PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD						b. Nombre de la Institución:						texto							
c. Nombre del Administrador:	CESAR AYME						d. Cargo que ocupa:						texto							
e. Teléfono / Celular:	0939736468						f. Correo Electrónico:						texto							
Observaciones:	texto																			
3. CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO																				
3.1 Características climatológicas	☑																			
a. Clima:	FRIO PARAMO						b. Temperatura(°C):		14° C				c. Precipitación Pluviométrica (mm):				1000 a 4000 mm			
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)	☑																			
a. Cultura	☐						b. Naturaleza		☑				c. Aventura				☐			
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico	☐																			
a. Prístino	☐		b. Primitivo	☐			c. Rústico Natural		☐				d. Rural		☑		e. Urbano	☐		
3.4 Ingreso al atractivo (U)	☑																			

Ficha de encuestas realizadas a los turistas en Salinas de Guaranda.



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

Encuesta dirigida a la demanda turística de Salinas de Guaranda

Formulario Nº: 4 Fecha de la encuesta: 4 / 11 / 2022

Encuestadoras: Melanie Bea y Jessenia Quinatoa

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

Sección 1: Datos generales del visitante

Preguntas		
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 Simiátug? ☑ Sí ☐ No Cuantas veces: 1 Última visita: .....

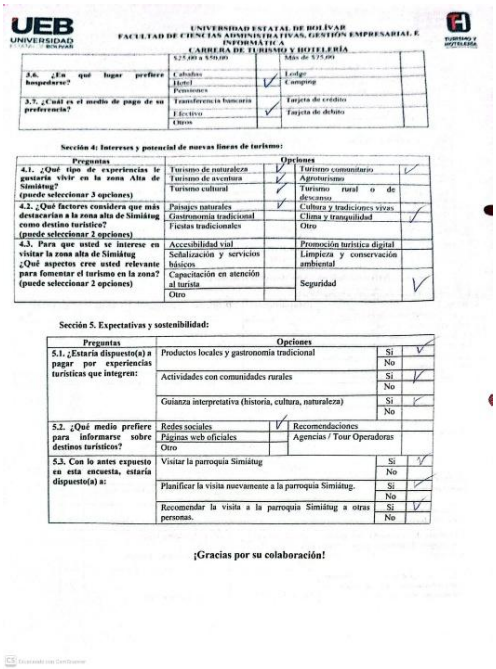
Nota: En caso de ser afirmativa la respuesta, responda la sección 2.
En caso de ser negativa la respuesta, pase a la sección 3.

Sección 2: Percepción de la oferta turística de la zona alta de Simiátug

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

Preguntas	Opciones			
3.1. Principal motivo de viaje turístico	Naturaleza		Descanso	✓
	Cultura y tradiciones	✓	Trabajo / Estudio	
	Gastronomía		Otro	
	Aventura			
3.2. ¿Con quién viaja normalmente a hacer turismo?	Solo		Con amigos	
	En pareja		En grupo (Tour Operadora)	
	Con familia	✓		
3.3. ¿Cuánto tiempo promedio dedica al viaje de turismo?	1 día		4-5 días	
	2-3 días	✓	Mas de 5 días	
3.4. Medio de transporte que utiliza con mayor frecuencia para hacer turismo:	Vehículo propio	✓	Operadora turística	
	Bus		Motocicleta / bicicleta	
	Otro			
3.5. ¿Cuánto invierte aproximadamente en su viaje de turismo por día y por persona?	Menos de $25.00		$51.00 a $75.00	✓



	$25.00 a $50.00		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 débito	
	Otros			

Sección 4: Intereses y potencial de nuevas líneas de turismo:

Preguntas	Opciones			
4.1. ¿Qué tipo de experiencias le gustaría vivir en la zona Alta de Simiátug? (puede seleccionar 3 opciones)	Turismo de naturaleza	✓	Turismo comunitario	✓
	Turismo de aventura	✓	Agroturismo	
	Turismo cultural	✓	Turismo rural o de descanso	
4.2. ¿Qué factores considera que más destacarían a la zona alta de Simiátug como destino turístico? (puede seleccionar 2 opciones)	Paisajes naturales	✓	Cultura y tradiciones vivas	
	Gastronomía tradicional		Clima y tranquilidad	✓
	Fiestas tradicionales		Otro	
4.3. Para que usted se interese en visitar la zona alta de Simiátug ¿Qué aspectos cree usted relevante para fomentar el turismo en la zona? (puede seleccionar 2 opciones)	Accesibilidad vial		Promoción turística digital	
	Señalización y servicios básicos		Limpieza y conservación ambiental	
	Capacitación en atención al turista		Seguridad	✓
	Otro			

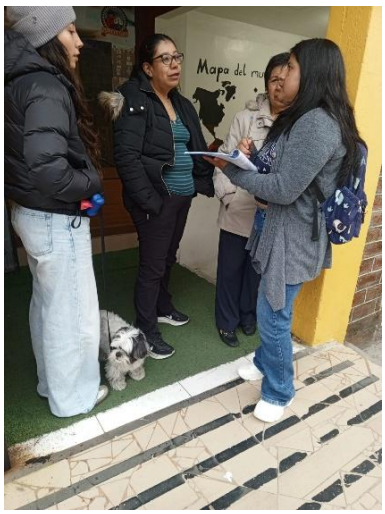
Sección 5. Expectativas y sostenibilidad:

Preguntas	Opciones			
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	✓	Recomendaciones	
	Páginas web oficiales		Agencias / Tour Operadoras	
	Otro			
5.3. Con lo antes expuesto en esta encuesta, estaría dispuesto(a) a:	Visitar la parroquia Simiátug		Si	✓
			No	
	Planificar la visita nuevamente a la parroquia Simiátug.		Si	✓
			No	
	Recomendar la visita a la parroquia Simiátug a otras personas.		Si	✓
			No	

¡Gracias por su colaboración!

Evidencias de las encuestas realizadas.













Cronograma	Año 2025								
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. Socialización sobre el proceso de la modalidad, propuestas de tema (denuncia del tema).									
2. Entrega de la denuncia del tema.									
3. Análisis de la denuncia del tema y asignación de director y pares académicos.									
4. Revisión de la denuncia del tema con los directores y pares académicos.									
5. Inscripción de estudiantes en la unidad de integración curricular, incluido el certificado de cumplimiento.									
6. Aprobación de la denuncia del tema,									

directores y pares académicos.									
7. Elaboración del anteproyecto según estructura establecida.									
8. Entrega del anteproyecto a la UIC (incluido el certificado de cumplimiento, anexo 4).									
9. Desarrollo del trabajo de integración curricular (proyecto), con asesoramiento de los pares académicos y del director.									
10. 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.									

Tabla de presupuesto.

Actividades				
Ítem	**Pax**	**Precio**	**Cantidad**	**Total**
Pasaje	2	2.50 $	10	50$
Comida	2	2.50 $	10	50$
Total				100$
Materiales				
Item	**Precio**		**Cantidad**	**Total**
Impresiones y oficios y certificados	0,15		20	3$
Impresiones de guion de entrevistas	0,10		20	2$
Esferos	0,45		2	0.90 ctvs.
Impresiones del proyecto de titulación	0,10		160	16$
Anillado	2,50		1	2.50$
Quema de Cd	5,00		1	5$
Total				**29.90$**
Gastos Totales:			129.90 $	

Nota: presupuestó estimado para las salidas de campo y materiales para el levantamiento de información.

Matriz 1

Formulación del problema	Objetivo general	Objetivos específicos	Tipos de investigación	Enfoques	Técnicas	Instrumentos	Actividades	Cronograma Fechas	Evidencias	Responsables
¿Cómo diversificar la oferta turística en la zona alta de Simiátug y consolidarla como un destino atractivo, competitivo y sostenible? ¿Qué atractivos turísticos y prestadores de servicios existen, y cuál es su situación actual de aprovechamiento y gestión? ¿Cuáles son las características y preferencias de los turistas potenciales que podrían visitar, y cómo influyen estos aspectos a la planificación de productos turísticos variados? ¿Qué tipos de productos	Diseñar productos turísticos que diversifiquen y consoliden el destino en la zona alta de Simiátug.	Caracterizar atractivos y prestadores para establecer la línea base de la oferta. Identificar segmentos y preferencias de la demanda mediante investigación de mercado. Estructurar productos turísticos viables con criterios de sostenibilidad y gestión del destino.	**En función del propósito:** Investigación Básica **Por su nivel de profundidad:** Investigación exploratoria Investigación descriptiva Investigación propositiva **Diseño de investigación:** Investigación de campo Investigación documental **Por su tipo de investigación:** Investigación no experimental **Según el periodo temporal en el que realiza:** Investigación Transversal	Investigación Mixta Investigación cualitativa Investigación cuantitativa	Entrevista Observación directa. Análisis documental. Encuestas. Análisis de datos. Observación directa. Sistematización de información.	Guion de entrevistas semiestructuradas ; fichas estructuradas de caracterización de la planta turística. Cámara fotográfica. Fichas técnicas del MINTUR, información secundaria del PDOT y planes de desarrollo locales. Cuestionario semiestructurado en físico. Tabulación de respuestas, gráficos y porcentajes para la sistematización de resultados. Salidas de campo actores, mapa o GPS digital, registros de campo. Croquis de rutas, documentación descriptiva y	Socialización sobre el proceso de la modalidad, propuestas de tema (denuncia del tema). Entrega de la denuncia del tema. Análisis de la denuncia del tema y asignación de director y pares académicos. Revisión de la denuncia del tema con los directores y pares académicos. Inscripción de estudiantes en la unidad de integración curricular, incluido el certificado de cumplimiento. Aprobación de la denuncia del tema, directores y pares académicos. Elaboración del anteproyecto según estructura establecida.	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	Trabajos realizados	Melanie Rea. Jissenia Quinaloa.

turísticos sostenibles y viables se pueden crear para diversificar la oferta y fortalecer la consolidación del destino?						fichas técnicas de los productos turísticos para la sistematización de resultados.	Entrega del anteproyecto a la UIC (incluido el certificado de cumplimiento, anexo 4). Desarrollo del trabajo de integración curricular (proyecto), con asesoramiento de los pares académicos y del director. 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.			

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

Objetivo general.	**Objetivos específicos.**	**Postura Antecedentes.**	**Marco Científico.**
Diseñar productos turísticos que diversifiquen y consoliden el destino en la zona alta de Simiátug.	• Caracterizar atractivos y prestadores para establecer la línea base de la oferta. • Identificar segmentos y preferencias de la demanda mediante investigación de mercado. • Estructurar productos turísticos viables con criterios de sostenibilidad y gestión del destino.	Estudios previos señalan que el diseño de productos turísticos comunitarios fortalece la economía local y la conservación del entorno.	• Productos Turísticos. • Oferta Turística. • Diversificación de la oferta turística. • Destinos turísticos. • Hospitalidad.

Matriz 3. Para trabajar el análisis y discusión de resultados.

No de pregunta	**Hallazgos de los objetivos específicos**	**Tesis citada o articulo para contrastar mis objetivos**	**Autores**	**Año**	**Aporte y discusión a mis objetivos.**	**Análisis.**
1	Existencia de atractivos naturales y culturales con potencial turístico en Rayo Pamba, Cocha Colorada y El Tingo.	Turismo comunitario como estrategia de desarrollo local.	Maldonado	2016	Confirma que el aprovechamiento de recursos locales fortalece el turismo comunitario.	Los resultados evidencian que Simiátug posee recursos aptos para el diseño de productos turísticos.

2	Diseño de rutas turísticas de naturaleza y aventura.	Diseño de productos turísticos sostenibles.	Boullón	2006	Respalda la importancia de estructurar rutas con servicios y actividades definidas.	Las rutas diseñadas cumplen criterios técnicos y turísticos.
3	Participación comunitaria en la guianza y servicios turísticos.	Turismo comunitario y participación local.	Cabanilla	2018	Destaca la participación comunitaria como eje del turismo sostenible.	Los productos propuestos integran activamente a las comunidades.