



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES**  
**CARRERA DE LICENCIATURA EN ECOTURISMO**

Proyecto de  
Investigación previo a la  
obtención del título de  
Licenciada en Ecoturismo.

**TEMA:**

“ACTUALIZACIÓN DE UNA GUÍA TURÍSTICA DIGITAL PARA EL  
DESARROLLO TURÍSTICO (POST COVID 19) EN EL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA  
DE LOS RÍOS, ECUADOR, AÑO 2021”

**AUTORA:**

GUADALUPE CAROLINA LAJE HURTADO

**DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:**

BLGA. ANA NOEMI MORENO VERA

**QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR**

**2021**



## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, **GUADALUPE CAROLINA LAJE HURTADO**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

f. \_\_\_\_\_

**GUADALUPE CAROLINA LAJE HURTADO**

**C.I. # 1250489943**

**AUTORA**



## CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

La suscrita **Blga. Ana Moreno Vera MSc.** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el Srta. **Laje Hurtado Guadalupe Carolina** realizó el proyecto de investigación de grado titulado “**ACTUALIZACIÓN DE UNA GUÍA TURÍSTICA DIGITAL PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO (POST COVID 19) EN EL CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS, ECUADOR, AÑO 2021**”, previo a la obtención del título de **Licenciada en Ecoturismo**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

.....

**Blga. Ana Moreno Vera M.Sc.**  
**DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**

**FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Ecoturismo

Aprobado:

---

Lcda. Mónica López Garcés

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

---

Ing. Karen Betancourt Ludeña

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

**DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

---

Ing. Mariuxi Briones Zambrano

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

**DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**QUEVEDO – ECUADOR AÑO 2021**

## **AGRADECIMIENTO**

Me embarga un profundo sentimiento de respeto y gratitud hacia todas aquellas personas que en su momento y de una u otra manera hicieron que llegar hasta este instante fuera posible son indispensable las conexiones y relaciones interpersonales en el camino hacia el profesionalismo es por eso que agradezco a mi familia mami, papá, mamá, hermanos, tí@s, prim@s pues en algún momento colaboraron para que llegar a este punto. La culminación de este proyecto a mis amigos todos pues contar con ellos en todo momento hizo que estos años se conviertan en instantes agradezco a la vida y a aquel ser que me permitió gozar de ella (Jehová)

## **DEDICATORIA**

Dedico este logro a la Sra. Castula Hurtado que está conmigo siempre al Sr. German Laje que es indispensable para continuar mi transitar por esta vida a mis hermanos Cristian y Armando porque estamos unidos por la eternidad en fin dedicó este proyecto de investigación previo a la obtención del título a mis LAJE-HURTADO.

## RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación se realizó en la ciudad de Quevedo provincia de Los Ríos y tuvo como escenario principal la identificación de los atractivos naturales y culturales existentes. La pandemia del COVID-19 produjo que las formas de ejecutar turismo cambien totalmente. Quevedo en este tiempo de confinamiento se proyectó a convertirse en un destino potencialmente turístico es por ello que en la actualidad se están implementando múltiples proyectos de inversión turística.

El presente proyecto tiene como objetivo general la elaboración de una guía turística digital donde se exponga al cantón con fines al desarrollo turístico. El primer objetivo específico es inventariar los atractivos naturales y culturales obteniendo información y fotografías para el desarrollo del segundo objetivo que es la elaboración de la guía antes mencionada finalmente es la promoción de dicha guía con fines informativos para que los ciudadanos tengan un referente del cantón, promoviendo así el turismo local y que de esta manera los nuevos emprendimientos tengan un buen número de visitas pasado el COVID-19.

Se concluyó que existe recursos naturales y culturales que no han sido aprovechadas adecuadamente con fines turísticos y los nuevos emprendimientos previsto post pandemia es son una oportunidad para que se realicen actividades de difusión y promoción permitiendo el aprovechamiento de los atractivos turísticos y logrando así el reconocimiento como nuevo destino turístico.

**Palabras claves:** atractivos turisticos, inventario, guía turística, digitalización

## **ABSTRACT**

This research was carried out in the city of Quevedo, Los Ríos province, and its main setting was the identification of existing natural and cultural attractions. The COVID-19 pandemic caused the ways of executing tourism to change completely. Quevedo in this time of confinement was projected to become a potentially tourist destination, which is why many tourism investment projects are currently being implemented.

The general objective of this project is the development of a digital tourist guide where the canton is exposed for the purpose of tourism development. The first specific objective is to inventory the natural and cultural attractions, obtaining information and photographs for the development of the second objective, which is the development of the aforementioned guide, finally, it is the promotion of said guide for informational purposes so that citizens have a reference from the canton, thus promoting local tourism and that in this way new ventures have a good number of visits after COVID-19.

It was concluded that there is a diversity of natural and cultural resources that have not been adequately used for tourism purposes and the generation of new ventures expected post-pandemic is a great opportunity to carry out activities that generate dissemination and promotion allowing the use of tourist attractions and thus achieving recognition as a new tourist destination.

**Keywords:** tourist attractions, inventory, tourist guide, digitization

## ÍNDICE

PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS .....	ii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
RESUMEN EJECUTIVO .....	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
CAPITULO I.....	xviii
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN .....	xviii
1.INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. PROBLEMATIZACIÓN .....	2
1.2. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .....	2
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	2
1.4. OBJETIVOS.....	3
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	3
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
CAPITULO II .....	4
MARCO TEÓRICO.....	4
2. MARCO TEÓRICO .....	5
2.1. Turismo.....	5

2.2.	Sistema turístico.....	5
2.3.	Demanda turística .....	5
2.4.	Oferta turística .....	6
2.5.	Espacio geográfico.....	6
2.6.	Operadores turísticos .....	7
2.7.	Tipos de Turismo.....	7
2.7.1.	Turismo Cultural .....	7
2.7.2.	Turismo Rural .....	7
2.7.3.	Ecoturismo .....	7
2.7.4.	Turismo Comunitario.....	8
2.7.5.	Turismo de naturaleza.....	8
2.7.6.	Circuito Turístico .....	8
2.8.	Atractivos turísticos .....	9
2.9.	Tipos de atractivos turísticos .....	9
2.10.	Recurso Turístico .....	9
2.11.	Facilidades turísticas .....	9
2.12.	Alojamiento.....	10
2.13.	Gastronomía .....	10
2.14.	Complementario.....	10
2.15.	Transporte .....	10
2.16.	Proceso de planeación de la promoción turística.....	10
2.16.1.	Elementos fundamentales de la promoción turística.....	11
2.16.2.	Publicidad: .....	11
2.16.3.	Materiales de apoyo: .....	11
2.16.4.	Relaciones públicas:.....	11

2.16.5. Estrategias de promoción .....	11
2.16.6. Importancia y propósito de una estrategia promocional .....	12
2.16.7. ¿Qué se debe tener en cuenta en el desarrollo de una estrategia promocional? .....	12
2.16.8. Pasos para establecer una estrategia promocional .....	12
2.16.9. Alternativas de difusión .....	12
2.17. COVID-19.....	13
2.18. COVID- 19 en Ecuador.....	13
2.19. Afectación del COVID-19 al sector turístico:.....	14
2.20. Revista Turística.....	14
2.21. Guía turística .....	14
2.22. Guía turística digital.....	14
2.23. Inventario de Atractivos Turísticos.....	15
2.24. Identificación de atractivos del inventario. ....	15
2.25. Etapas para la elaboración del inventario de atractivos turísticos.....	16
2.26. Marco referencial .....	17
2.26.1. Antecedentes del cantón Quevedo. ....	20
CAPITULO III.....	21
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	21
3. METODOLOGÍA .....	22
3.1. Localización geográfica.....	22
Figura1 .....	22
3.2. Características del área del proyecto .....	22
3.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN, MÉTODOS Y TÉCNICAS .....	23
3.3.1. Investigación descriptiva.....	23

3.3.2. Método analítico sintético .....	23
3.3.3. Método deductivo.....	24
3.3.4. Método Bibliográfico .....	24
3.3.5. Herramienta tecnológica .....	25
3.4. Técnicas para recopilación de la información .....	25
3.5. Recurso humano y materiales.....	26
3.5.1. Recurso humano:.....	26
3.5.2. Equipos: .....	26
CAPITULO IV.....	27
DISCUSIÓN Y RESULTADOS.....	27
4. DISCUSIÓN .....	28
4.1. Discusión del inventario de atractivos.....	28
4.2. Discusión de la entrevista.....	28
CAPITULO V .....	29
RESULTADOS.....	29
5. RESULTADOS.....	30
5.1. RESULTADO OBJETIVO 1 .....	30
Inventariar los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Quevedo.....	30
5.1.1. Entrevista.....	30
5.1.2. Atractivos turisticos identificados.....	32
5.1.3. Fichas de resumen de los atractivos inventariados .....	33
5.1.4. Analisis turístico del cantón Quevedo.....	49
5.2. RESULTADO OBJETIVO 2 .....	49
Diseñar una guía turística digital post COVID-19 de los atractivos naturales y culturales del cantón Quevedo .....	49

5.2.1. Pasos para crear una guía turística .....	49
5.2.2. Imagotipo .....	51
5.2.3. Enlace directo a la guía turística digital denominada ¡Anímate a disfrutar Quevedo mi ciudad, espera por ti! .....	51
5.3. RESULTADO OBJETIVO 3 .....	52
Promocionar la guía turística digital del cantón Quevedo .....	52
5.3.1. Enlace directo a la página de Facebook “Cultura, naturaleza y gastronomía: Quevedo mi ciudad, espera por ti” .....	53
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	55
6.1. CONCLUSIONES .....	55
6.2. RECOMEDACIONES .....	56
7. BIBLIOGRAFÍA .....	58
CAPITULO VIII .....	62
ANEXOS .....	62

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura1</b> .....	22
<i>Mapa del cantón Quevedo</i> .....	22
<b>Figura 2</b> .....	50
<i>Portada de la guía turística digital del cantón Quevedo ,2021.</i> .....	50
<b>Figura3</b> .....	50
<i>Contraportada de la guía turística digital Quevedo,2021</i> .....	50
<b>Figura4</b> .....	51
<i>Imagotipo para la guía turística del cantón Quevedo</i> .....	51
<b>Figura5</b> .....	52
<i>Screenshot de la página de Facebook “Cultura, naturaleza y gastronomía”</i> ....	52

<b>Figura 6</b> .....	53
<i>Screenshot de las publicaciones en la página de Facebook “Cultura, naturaleza y gastronomía” del cantón Quevedo,2021</i> .....	53

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla1</b> .....	23
<i>Formato de ficha de resumen de atractivo</i> .....	23
<b>Tabla 2</b> .....	24
<i>Formato de ficha de jerarquización del atractivo</i> .....	24
<b>Tabla 3</b> .....	33
<i>Ficha de resumen de atractivo Museo Municipal</i> .....	33
<b>Tabla 4</b> .....	34
<i>Jerarquización de atractivo Museo Municipal</i> .....	34
<b>Tabla 5</b> .....	35
<i>Ficha de resumen de atractivo Museo Héroes del Cenepa</i> .....	35
<b>Tabla 6</b> .....	36
<i>Jerarquización de atractivos Museo Héroes del Cenepa</i> .....	36
<b>Tabla 7</b> .....	37
<i>Ficha de resumen de atractivo Malecón Eloy Alfaro</i> .....	37
<b>Tabla 8</b> .....	38
<i>Jerarquización de atractivo Museo Eloy Alfaro</i> .....	38
<b>Tabla 9</b> .....	39
<i>Ficha de resumen de atractivo Parque lineal “Camilo Arévalo”</i> .....	39
<b>Tabla 10</b> .....	40
<i>Jerarquización de atractivo Parque lineal “Camilo Arévalo”</i> .....	40

<b>Tabla 11</b> .....	41
<i>Ficha de resumen de atractivo Parque” La Familia”</i> .....	41
<b>Tabla 12</b> .....	42
<i>Jerarquización de atractivo Parque” La Familia”</i> .....	42
<b>Tabla 13</b> .....	43
<i>Ficha de resumen de atractivo Parque” El avión”</i> .....	43
<b>Tabla 14</b> .....	44
<i>Jerarquización de atractivo Parque” El avión”</i> .....	44
<b>Tabla 15</b> .....	45
<i>Ficha de resumen de atractivo Ruta del Rio</i> .....	45
<b>Tabla 16</b> .....	46
<i>Jerarquización de atractivo Ruta del Rio</i> .....	46
<b>Tabla 17</b> .....	47
<i>Ficha de resumen de atractivo manifestación cultural</i> .....	47
<b>Tabla 18</b> .....	48
<i>Jerarquización de atractivo “Ronda de la Confraternidad”</i> .....	48

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1.</b> Entrevista al jefe municipal de turismo del cantón Quevedo .....	63
<b>Anexo 2.</b> Ficha de inventario y jerarquización de atractivo MINTUR,2017 .....	64
<b>Anexo 3.</b> Símbolos patrios del cantón Quevedo .....	65
<b>Anexo 4.</b> Gastronomía típica del cantón Quevedo .....	67
<b>Anexo 5.</b> Festividades del cantón Quevedo .....	68
<b>Anexo 6.</b> Guía turística del cantón Quevedo 2021 .....	69
<b>Anexo 7.</b> Fotografías de los diferentes atractivos de cantón Quevedo .....	71

<b>Anexo 8.</b> Fotografías evidenciales del trabajo de campo ,2021.....	72
<b>Anexo 9.</b> URKUND.....	75
<b>Anexo 10.</b> Screenshot proceso de elaboración de la guía turística digital e Imagotipo cantón Quevedo,2021 .....	76

## CÓDIGO DUBLÍN

<b>Título:</b>	“Actualización de una guía turística digital para el desarrollo turístico (post COVID 19) en el cantón Quevedo, provincia de Los ríos, Ecuador, año 2021”			
<b>Autor:</b>	Guadalupe Carolina Laje Hurtado			
<b>Palabras claves:</b>	Atractivos turísticos	Inventario	Guía turística	Digitalización
<b>Fecha de publicación:</b>				
<b>Editorial:</b>	Quevedo – Universidad Técnica Estatal de Quevedo			
<b>Resumen (Hasta 300 palabras)</b>	<p>Esta investigación se realizó en la ciudad de Quevedo provincia de Los Ríos y tuvo como escenario principal la identificación de los atractivos naturales y culturales existentes. La pandemia del COVID-19 produjo que las formas de ejecutar turismo cambien totalmente. Quevedo en este tiempo de confinamiento se proyectó a convertirse en un destino potencialmente turístico es por ello que en la actualidad se están implementando múltiples proyectos de inversión turística. El presente proyecto tiene como objetivo general la elaboración de una guía turística digital donde se exponga al cantón con fines al desarrollo turístico. El primer objetivo específico es inventariar los atractivos naturales y culturales obteniendo información y fotografías para el desarrollo del segundo objetivo que es la elaboración de la guía antes mencionada finalmente es la promoción de dicha guía con fines informativos para que los ciudadanos tengan un referente del cantón, promoviendo así el turismo local y que de esta manera los nuevos emprendimientos tengan un buen número de visitas pasado el COVID-19. Se concluyó que existe recursos naturales y culturales que no han sido aprovechadas adecuadamente con fines turísticos y los nuevos emprendimientos previsto post pandemia es son una oportunidad para que se realicen actividades de difusión y promoción permitiendo el aprovechamiento de los atractivos turísticos y logrando así el reconocimiento como nuevo destino turístico.</p>			
<b>Descripción:</b>	76 hojas, Dimensiones Carta 2.5x2.5+CD-ROM.			
<b>URL:</b>				

**CAPITULO I**

**MARCO CONTEXTUAL DE LA**

**INVESTIGACIÓN**

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo representa sin duda alguna una fuente de ingresos y desarrollo para muchos países a nivel mundial, el ecoturismo forma parte de las generaciones que buscan mitigar los daños que ya se han ocasionados al medio ambiente tiene gran acogida como turismo digno y responsable de cambios positivos en la sociedad y el ambiente. Ecuador forma parte de los países que fomenta el turismo con miras a los cuidados de la naturaleza pues es un país con inmensa biodiversidad, el ecoturismo representa así una opción sostenible para el desarrollo del país.

Quevedo forma parte importante del país en el cantón se generan movimientos a nivel de negocios la idea de potencializarla con turismo y ecoturismo no es tan lejana. Quevedo ha logrado tener cambios a nivel económico y su crecimiento es notable. El actual contexto COVID-19 llegó como pandemia mundial y afectó inmensamente a la industria turística sin embargo el cantón Quevedo se encuentra en la construcción de múltiples emprendimientos con fines turísticos.

Una guía turística sería la “cara” de una ciudad, una especie de “portavoz” en tiempos de pandemia permite exhibir: edificios, construcciones, tradiciones, canciones y cualquier otra manifestación actual que forma parte de los bienes tangibles e intangibles de un país en un espacio determinado que formalmente no puede dicha labor en estos tiempos de distanciamiento social. (Saenz, 2020)

El presente trabajo tiene como objetivos inventariar los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Quevedo, diseñar una guía turística digital post COVID-19 de los atractivos naturales y culturales del cantón Quevedo. Y finalmente promocionar la guía turística digital del cantón Quevedo.

## **1.1.PROBLEMATIZACIÓN**

El Ecuador se suma a los países más afectados con la pandemia del COVID 19 el sector turístico se ve considerablemente afectado, se deberán buscar alternativas para retomar las actividades turísticas innovando en todos los sentidos y con objetivos bien fijados con miras a resolver o minimizar las pérdidas, la ausencia de la promoción turística incide directamente en la disminución del desarrollo turístico del cantón Quevedo debido al desconocimiento de los diferentes atractivos turísticos lo que provoca la poca afluencia y por lo tanto que los negocios cierren por faltas de rentabilidad.

## **1.2.SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De qué manera un inventario de atractivos turísticos del cantón Quevedo permitirá el desarrollo turístico del cantón?

¿La información que se anexará en la guía turística digital para la apertura de las actividades turísticas en el cantón Quevedo permitirá su desarrollo?

¿Cómo ayudará la promoción turística en la apertura de las actividades turísticas en el cantón Quevedo?

## **1.3.JUSTIFICACIÓN**

La nueva “normalidad” post COVID-19 no será la misma que antes, se marcarán tendencias para nueva realidad post COVID-19. Habrá un antes y un después del COVID-19 lo que incluye un cambio significativo en el modo de vida personal e interacción con la sociedad sin embargo el sector turístico debe retomar sus actividades con una serie de modificaciones, y por tanto, este proyecto busca implementar una guía turística para el desarrollo turístico y promoción en beneficio a los habitantes del cantón Quevedo debido a que nadie puede consumir lo que no se conoce, por eso será necesario dar a conocer los atractivos y servicios turísticos al mayor número de personas que estén en posibilidades de adquirirlos, utilizando los medios más adecuados para hacer llegar la información eficaz, de tal manera que despierte el interés de los posibles turistas, para transformarlo en deseo y éste en una verdadera necesidad. La promoción turística puede entonces crear nuevas necesidades en los individuos y cautivar así a los turistas locales y nacionales. El presente proyecto busca crear alternativas para la activación del turismo tales como la implementación de una guía turística digital que permita de manera oportuna brindar información real de los atractivos turísticos

de Quevedo y llamar la atención de tal manera que se produzca una buena difusión y promoción del cantón.

#### **1.4.OBJETIVOS**

##### **1.4.1. OBJETIVO GENERAL**

- Elaborar una guía turística digital para la promoción turística del cantón Quevedo post Covid-19.

##### **1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Inventariar los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Quevedo.
- Diseñar una guía turística digital post COVID-19 de los atractivos naturales y culturales del cantón Quevedo.
- Promocionar la guía turística digital del cantón Quevedo.

# **CAPITULO II**

## **MARCO TEÓRICO**

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1.Turismo**

Según Nechar, (2010) "Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios o por motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado"

### **2.2.Sistema turístico**

La naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente (Ruiz, 2013).

Concretamente, se distinguen cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística:

La demanda: formada por el conjunto de consumidores –o posibles consumidores– de bienes y servicios turísticos.

La oferta: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.

El espacio geográfico: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que, si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística. Los operadores del mercado: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo (Ruiz, 2013).

### **2.3.Demanda turística**

Turistas, viajeros y visitantes forman la demanda turística y, tras este término, se encuentra un grupo heterogéneo de personas un agregado de personalidades e intereses con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias. Por ello, son varias las clasificaciones que existen dentro de la demanda turística y todas ellas son de gran interés ya que, a través de la identificación de los modelos de demanda, se busca además de la ya mencionada

homogeneización conceptual que facilite la elaboración de estadísticas formular adecuadas estrategias de marketing (Bull, 2011).

### **Visitantes internacionales**

**TURISTAS** (visitantes que pernoctan) Un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

**VISITANTES DEL DÍA** (excursionistas) Un visitante que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado.

### **Visitantes internos**

**TURISTAS** (visitantes que pernoctan) Visitantes que permanecen en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.

**VISITANTES DEL DÍA** (excursionistas) Visitantes que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado (Ruiz, 2013).

## **2.4.Oferta turística**

En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene, representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino, etc. (Fernandez, 2013).

## **2.5.Espacio geográfico**

Como se ha ido exponiendo, la actividad turística total está compuesta por una combinación de productos y servicios ofertados para satisfacer las expectativas de los visitantes durante su experiencia turística. Esta experiencia turística tiene lugar en un espacio geográfico y temporal determinado. Con relación al primero –al lugar en el que transcurre la experiencia turística– es posible encontrar, a lo largo de la literatura turística los siguientes términos que, aunque a primera vista parecen significar lo mismo, tienen matices diferenciadores:

**Espacio turístico:** es el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda.

**Municipio turístico:** Sus connotaciones se deben a una delimitación administrativista del espacio coincidiendo sus límites con los de los términos municipales y definiendo así, por

extensión, los límites competenciales de los entes locales en sus actuaciones en materia de política turística.

Destino turístico: es el país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo (Bull, 2011).

## **2.6. Operadores turísticos**

Los operadores en turismo son aquellos agentes que participan en la actividad turística, generalmente, en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico), aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restauración, hotel, conjunto de la oferta de alojamiento).

## **2.7. Tipos de Turismo**

### **2.7.1. Turismo Cultural**

Los turistas que practican esta modalidad turística buscan el disfrute y comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos. Las principales actividades están relacionadas con diferentes aspectos; por ejemplo: artístico monumental, arquitectura popular, de exposiciones, étnico, folklore, costumbres y tradiciones, religioso, de formación, de acontecimientos singulares, festivo, literario, gastronómico e industrial. Estas actividades pueden llevarse a cabo en zonas rurales y urbanas (Ibáñez & Rodríguez Villalobos, 2014).

### **2.7.2. Turismo Rural**

Es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realzando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos. Este tipo de turismo complementa las actividades económicas tradicionales y permite el intercambio positivo entre visitantes y receptores. Cabe decir que no necesariamente vincula a los visitantes con las actividades agropecuarias, pues sus activos principales son: la contemplación de áreas específicas, el paisaje, la recreación y el descanso (Torre, López, & Gutiérrez, 2006).

### **2.7.3. Ecoturismo**

Es un nuevo movimiento conservacionista, basado en la industria turística. Se plantea como viajes turísticos responsables que conservan el entorno y ayudan al bienestar de la comunidad local. Promueve la educación y esparcimiento mediante la observación y estudio de los valores del lugar.

Su desarrollo debe generar recursos para la preservación de la cultura y la naturaleza, y para la prosperidad de la comunidad donde se realiza (Soto, 2012).

#### **2.7.4. Turismo Comunitario**

Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados (Moncayo & Atiencia, 2014).

El turismo comunitario plantea un uso diferente del territorio y sus recursos, tanto por quienes proporcionan el servicio, como por parte de los usuarios, pues implica prácticas de valoración ambiental in situ, el reconocimiento del patrimonio cultural de las comunidades y su interacción con las mismas. En este sentido, se trata de un turismo relativamente más consciente e integrado y con posibilidades de generar beneficios económicos y sociales principalmente en el nivel local (Villavicencio, Zamora, & López, 2016).

#### **2.7.5. Turismo de naturaleza**

Sobre el Turismo de Naturaleza existen diversas definiciones y conceptualización, sin embargo, existe un aspecto que se presenta constante en todas ellas y que es considerado como una modalidad turística que plantea una interrelación más estrecha con la naturaleza, preocupada en la conservación de los recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad turística (Piaggio, 2001).

El turismo de naturaleza está relacionado directamente con el desarrollo y el turismo sostenible, y prácticamente está referido a los hábitats naturales y a su biodiversidad, donde adquieren gran relevancia los parques naturales, las reservas protegidas, el ecoturismo, el medio rural, el agroturismo y el involucramiento de la población perteneciente al área determinada de implantación turística (Quintana, 2017).

#### **2.7.6. Circuito Turístico**

Según Chan, (2005) el circuito es la base para la producción de visitas guiadas, rutas y paquetes turísticos. Desde el programa simple como puede ser una visita guiada a un museo hasta los complejos paquetes temáticos o especializados brinda el armazón físico sobre el cual se van a ir incorporando servicios y actividades. Un circuito turístico se compone de cuatro elementos:

Un espacio concreto

Un patrimonio natural o cultural

Una temática, cuando el circuito sea de tipo especializado

La capacidad de innovación

## **2.8. Atractivos turísticos**

El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico (Navarro, 2015).

## **2.9. Tipos de atractivos turísticos**

-De acuerdo a su naturaleza: Lugar, objeto y acontecimiento.

-De acuerdo a su categoría: Sitios naturales, manifestaciones culturales, folklore, acontecimientos programados, realizaciones técnicas, científicas o contemporáneas y etnología (López, 2010).

## **2.10. Recurso Turístico**

Cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual. Todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda. Posteriormente se transforma en un producto turístico (Illescas, 2015).

El concepto de recurso turístico implica la utilización potencial y/o real del patrimonio y/o de los atractivos turísticos con la finalidad turística a través de una serie de actuaciones humanas ligadas a la creación de un producto turístico y su promoción. El análisis de los recursos turísticos nos permite evaluar la potencialidad para el desarrollo de la actividad turística de un determinado espacio (Castillo, 2012).

## **2.11. Facilidades turísticas**

Las facilidades turísticas son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Esto implica que, sin la existencia de estas facilidades, el recurso turístico rara vez se constituye en un producto turístico, entre estas facilidades se deben contar: el equipamiento de alojamiento, los servicios de

gastronomía, amenidades turísticas, infraestructura y/o servicios necesarios para el turista y para la accesibilidad y de transporte (Shamarchi, 2015).

### **2.12. Alojamiento**

Se entiende por establecimiento hotelero o de hospedaje, el conjunto de bienes destinados a la persona natural o jurídica, a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios mediante un contrato de hospedaje (Yanira, 2008).

### **2.13. Gastronomía**

Se entiende por establecimiento gastronómico, bares, y similares, cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y bebidas para consumo (Yanira, 2008).

### **2.14. Complementario**

Los servicios complementarios pueden ofrecerse al turista ya sea de manera individual o pueden estar incluidos dentro de un paquete turístico, esto va a depender de los fines y objetivos que haya tenido el turista para viajar (Yanira, 2008).

### **2.15. Transporte**

Son las empresas que permiten la disponibilidad de aproximación del turista desde el lugar de origen hacia el destino, para que pueda disfrutar del atractivo que motivo su viaje (Yanira, 2008).

### **Promoción**

Según Faber & Bonta, (2015) "el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados".

### **2.16. Proceso de planeación de la promoción turística**

Establecer metas específicas y bien definidas sobre lo que pretende lograr el programa de promoción.

Qué mercados (posibles consumidores) debe alcanzar el programa.

Qué medios publicitarios se utilizarán.

Con que presupuesto económico se cuenta.

Como se medirán los resultados del programa (Ortiz, 2010).

### **2.16.1. Elementos fundamentales de la promoción turística**

#### **2.16.2. Publicidad:**

Anuncios, periódicos, revistas especializadas y revistas de viajes.

Artículos, reportajes y noticias de interés general o particular.

Publicaciones especiales, libros y guías.

Radio, televisión y videos.

#### **2.16.3. Materiales de apoyo:**

Carteles.

Folletos, literatura de servicios y literatura de lugares y eventos.

Diapositivas.

Displays y calcomanías.

#### **2.16.4. Relaciones públicas:**

Viajes de familiarización.

Ferias y exposiciones turísticas.

Representaciones en el extranjero.

Oficinas de turismo.

Asociaciones empresariales.

Oficinas de convenciones y visitantes.

Centros de reservaciones.

Estos elementos deben considerarse como un todo, con una mezcla proporcional en la medida de lo que se pretenda lograr; y deberá ajustarse un presupuesto.

#### **2.16.5. Estrategias de promoción**

Las estrategias de promoción se orientan como tácticas de comercialización de corto plazo, diseñadas para lograr un impulso en las ventas. La promoción difiere de la publicidad en que la primera intenta crear un sentido de urgencia para promover la acción de compra, en oposición a la “construcción de ventas” o “posicionamiento de la marca” en mediano o largo plazo, lo cual es el objetivo de la publicidad (Ferrari, 2018).

Desarrollar una estrategia promocional es una parte esencial de comercializar tu empresa. Tienes que ser capaz de hacer correr la voz de la opinión pública sobre lo que es tu empresa y qué ofrece. Utilizar el tipo correcto de estrategia promocional puede hacer la gran diferencia en la cantidad de éxito que puedes alcanzar (Arthur, 2018).

### **2.16.6. Importancia y propósito de una estrategia promocional**

Su importancia radica en que están fundamentadas en la comunicación directa con el consumidor, usando sus características de persuasión y motivación en pro de la concordancia de lo que se está ofreciendo en comparación con lo que ofrece el mercado. El propósito o meta de la estrategia promocional es diseñar un plan de acción capaz de generar el mejor resultado de la promoción, es decir actividades y acciones acordadas de la mejor manera para obtener los mejores resultados en relación a las ventas del producto, por ende, repercute en las utilidades y crecimiento de la empresa.

### **2.16.7. ¿Qué se debe tener en cuenta en el desarrollo de una estrategia promocional?**

Reconocer y difundir las cualidades del producto o servicio que se desea vender a fin de explotar esas cualidades, de forma tal que el usuario se sienta atraído por él.

Disponer de los medios necesarios para lograr la promoción del producto, bien sea a través de uso de internet, uso de especialistas en el área de mercadeo y publicidad, diseñadores gráficos, o administradores de redes sociales, tales como los COMMUNITY MANAGER.

Uso de medios de comunicación masiva, como Televisión, Radio y Prensa.

Saber que quiere, desea o necesita el cliente.

### **2.16.8. Pasos para establecer una estrategia promocional**

1. Diagnosticar el problema o situación de necesidad.
2. Búsqueda de información.
3. Determinación de metas.
4. Plantear las metodologías a seguir para alcanzar las metas propuestas y en base a estas sintetizarlo y estructurarlo en pasos.
5. Ejecutar la estrategia.
6. Corroborar resultados y comparar lo obtenido, con lo esperado (Riquelme, 2018).

### **2.16.9. Alternativas de difusión**

El proceso de Difusión Estratégica es un componente fundamental para asegurar la real y efectiva ejecución de la Estrategia de una organización. Esta etapa busca mediante un proceso participativo establecer, desplegar y posteriormente auto controlar el proceso para la consecución de los objetivos estratégicos, al igual que garantizar los medios correspondientes y los recursos necesarios para asegurar y controlar que dichos objetivos serán alcanzados en todos los niveles de la organización (Gonzalez, 2017).

La difusión de la comunicación alternativa, tiene medios distintos a la tradicional, y dependen del proceso social del que forman parte; los mecanismos alternativos en la actualidad son: las mantas, muros, volantes, periódicos, radios y todos los medios que existen en la red de redes. Sin embargo, para que los medios alternativos sean parte de un proceso de comunicación social necesitan ser leídos por un público alterno (Rodriguez, 2012).

#### Selección de medios de difusión

Un medio de comunicación es una institución social cuya principal actividad es producir, distribuir y circular información de interés público, con finalidades de entretenimiento, comerciales, de desarrollo social, político-ideológicas, etc. Un medio de comunicación cuenta con las habilidades técnicas para las labores de difusión. Es una institución creada ex profeso para la comunicación social

La selección de los medios más adecuados a la EDYUREE depende de los siguientes factores, entre otros:

De los mensajes (y por lo tanto de lo que les antecede: propósitos, objetivos, líneas discursivas, etc.).

De los interlocutores a los que se quiere llegar.

De los alcances e impactos que se desea lograr.

De la intensidad de la difusión.

Del tiempo que durará la estrategia.

De la dotación de recursos materiales, financieros y humanos (Gonzalez, 2017).

### **2.17. COVID-19**

Es una enfermedad producida por el coronavirus SARS-CoV-2, un virus detectado por primera vez en diciembre de 2019. Los síntomas más comunes que provoca dicha enfermedad son: fiebre, tos y sensación de falta de aire. Otros síntomas pueden incluir: cansancio, dolores, goteo de la nariz, dolor de garganta, dolor de cabeza, diarrea, vómitos. Algunas personas pierden el sentido del olfato o del gusto (MINCOTUR, 2020).

### **2.18. COVID- 19 en Ecuador**

El 29 de febrero de 2020 se confirmó el primer caso de coronavirus. El 13/03/2020 se activó el COE Nacional para la coordinación de la emergencia. Mediante Acuerdo Ministerial No 00126-

2020 emitido el 11 de marzo de 2020 por la Ministra de Salud, se declara el Estado de Emergencia Sanitaria en el Sistema Nacional de Salud.

### **2.19. Afectación del COVID-19 al sector turístico:**

La pandemia por COVID-19 puede afectar en un 30% a los ingresos del turismo nacional. Mucho se ha hablado sobre las afectaciones derivadas de la aparición del coronavirus (COVID-19) en todo el mundo, no solo porque ha provocado una gran cantidad de contagios y muertes, sino también por su impacto en la economía. Uno de los más afectados es el turismo, basados en la Organización Mundial del Turismo (OMT) que señala que el ingreso de turistas para el año 2020 podría disminuir en un 20% y 30%. Con estos antecedentes Ecuador se vería disminuido en sus principales mercados emisores (EEUU, Perú, Colombia y España), lo que se traduce en una disminución de cerca de 450 mil visitantes internacionales.

Asimismo, la afectación del sector turístico podría verse reflejada en una disminución de ingresos económicos que fluctuaría entre USD 458 y USD 686 millones. Esta disminución en el ingreso de divisas por turismo internacional determinará un impacto negativo para 2020, con lo cual se prevé una reducción de más de USD 450 millones respecto a 2019.

Con la disminución del 20% o 30% en el sector de la industria turística, dejarían de tener trabajo entre 80 mil y 134 mil personas. Pero, no solo estos sectores se verían afectados, sino que otros perderían capacidad de contratación de mano de obra y se afectarían, entre estos, el comercio, la cría de ganado, actividades de correo, entre otras (UTPL, 2020).

### **2.20. Revista Turística**

Estas revistas cuentan las experiencias de viajeros con sugerencias para visitar. Estas son publicaciones por lo general mensuales que contienen reportajes de lugares, cultura, gente, folklore, gastronomía. (Melgosa, 2006)

### **2.21. Guía turística**

Es un sistema de publicidad directo e instrumento de información especializada, sistematizada y actualizada. En turismo específicamente es un medio publicitario o de información turística. Que muestra la información de una forma entendible y grafica. (Melgosa, 2006)

### **2.22. Guía turística digital**

Proporciona información con la ventaja de que se puede visualizar y descargar en el móvil o en otros dispositivos y es posible consultarla en cualquier momento. Es más cómoda que las guías

papel y no ocupan espacio en nuestros bolsos o mochila, su contenido es altamente visual por lo que en ella se muestran múltiples fotos con un formato más atractivo para el turista

### **2.23. Inventario de Atractivos Turísticos.**

El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los sitios que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional. Es un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión, por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico. Los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que, por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Los atractivos turísticos son aquellos elementos sin los cuales es imposible la realización de la actividad turística, los cuales pueden ser tanto de carácter. Natural (propios de la naturaleza) como Cultural (patrimonio humano) (MINTUR, Metodología para el inventario de atractivos, 2012).

Los atractivos turísticos son justamente aquello que motiva y genera el desplazamiento de las personas hacia un lugar, son considerados la materia prima del turismo

### **2.24. Identificación de atractivos del inventario.**

Para realizar la etapa del inventario de los atractivos turísticos se tomaron en cuenta: atractivos naturales y culturales.

**Atractivos Naturales.** Los atractivos naturales deben ser considerados como un recurso natural, es decir, como un elemento de la Naturaleza que satisface una necesidad humana, que el hombre puede separar de otros componentes de aquella y utilizarlo.

Son propios de la naturaleza se les da la categoría de Sitios Naturales y se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos, Ambiente lacustre, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Fenómenos geológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, sistema de Áreas Protegidas, etc. (MINTUR, Metodología para el inventario de atractivos, 2012).

**Atractivos Culturales.** Tienen que ver con participación humana. Su categoría es de Manifestaciones Culturales y se reconoce los tipos: Histórico, Etnográficos, Realizaciones técnicas, científicas y artísticas, Acontecimientos Programados, Folklor, Arquitectura, vestimenta, gastronomía, música y danzas, tradiciones, ceremonias, festividades, formas de vida, etc. Los atractivos turísticos de acuerdo a su grado pueden clasificarse en tres categorías básicas (MINTUR, Guía de levantamiento de información, 2017),

### **2.25. Etapas para la elaboración del inventario de atractivos turísticos.**

**Trabajo de Campo.** Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo. El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo (MINTUR, Metodología para el inventario de atractivos , 2012).

**Clasificación de los Atractivos.** Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar. Los atractivos se clasifican en dos grupos: sitios naturales (montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistema de áreas protegidas) y manifestaciones culturales (históricas, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados). Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos (MINTUR, Metodología para el inventario de atractivos , 2012).

Se clasifican los atractivos turísticos de esta manera: zonas de playa, lugares de interés ecológico o paisajístico, fiestas populares, romerías y tradiciones locales, patrimonio histórico-artístico, actividades culturales, actividades deportivas.

**Categoría:** Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza

**Subtipo:** Son los elementos que caracterizan los tipos (MINTUR, Metodología para el inventario de atractivos , 2012)

Evaluación y Jerarquización. La jerarquización consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores signados a cada factor, y en función de los puntos obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo. Los rangos son (MINTUR, Metodología para el inventario de atractivos , 2012):

1 a 25 puntos: Jerarquía I

26 a 50 puntos: Jerarquía II

51 a 75 puntos: Jerarquía III

76 a 100 puntos: Jerarquía IV

## **2.26. Marco referencial**

Este proyecto se basó en varios proyectos de investigación la creación de guías turísticas que manifiestan un importante deseo de considerar aspectos para producir el desarrollo de un cantón, además el interés por promocionar de esta manera los cantones de las diferentes provincias del Ecuador ha generado singular importancia y a nivel nacional se han desarrollado una diversos proyectos con este fin.

Se diseño una guía turística para el cantón Calvas provincia de Loja,2019

Lisseth Katherine Jumbo Romero,2019, ” Diseño de una Guía Turística para el Cantón Calvas, Provincia de Loja año 2019”, UIDE (Universidad Internacional del Ecuador)

El Cantón Calvas de la Provincia de Loja, cuenta con características importantes para desarrollar distintas actividades turísticas, por la gran riqueza paisajística y cultural que posee, por tal razón ha sido importante considerar el Diseño y elaboración de una guía turística, cuyo objetivo sea promocionar y difundir los atractivos de ésta hermosa región, con gran potencial. A pesar de la amplia gama de atractivos turísticos que posee esta zona, no se han podido incluir en proyectos técnicos, ni de conservación, que permitan su difusión de una forma sostenible, razón por el cual esta investigación se planteó como objetivo general, Diseño de una guía turística para el Cantón Calvas, Provincia de Loja, de esta manera se busca que esta zona se consolide como un destino turístico de reconocido potencial. Para llevar a cabo esta propuesta y efectuar tal objetivo se obtuvo información en el Ministerio de Turismo y en gran parte de un inventario turístico existente del cantón, cabe recalcar que el mismo se encontraba desactualizado. De igual manera se formularon los siguientes objetivos específicos: Realizar el diagnóstico turístico de la situación actual;

Identificar los atractivos más relevantes que se incluirán en la guía turística; para finalmente Diseñar una propuesta para la promoción turística del cantón Calvas. (Jumbo,2019).

Ecuador proyectos turísticos “Ecuador destino seguro” el ministerio de turismo diseño una guía turística digital en donde se recopilan una serie de recomendaciones para que los turistas y visitantes las cuales deben tener en cuenta si quieren tener una experiencia placentera al recorrer el Ecuador ,2018

El Ministerio de Turismo presentó la nueva guía “Ecuador, Destino Seguro”, un documento que brinda a las visitantes herramientas claves para viajar por todo el territorio ecuatoriano y conocer las maravillas del país de los cuatro mundos. Esta Guía, compuesta por 28 páginas, contempla recomendaciones generales para los viajeros, información sobre las actividades que se puede realizar en el país, mapas con los centros de servicio ECU-911 a nivel nacional, y los centros de salud, entre otros insumos, que harán la estadía de los turistas más segura y les permitirá reaccionar de forma oportuna a emergencias y amenazas naturales. Este documento, que ya se encuentra disponible en la página del Ministerio de Turismo ([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)), es parte de uno de los ejes establecidos en el Plan Integral de Asistencia Turística (PIAT), que garantiza la movilidad y el desplazamiento seguro de los turistas que visitan el país. La Guía contiene recomendaciones generales que los visitantes deben tener en cuenta a la hora de recorrer el Ecuador. Por ejemplo, documentos necesarios para realizar visitas, control de ingresos y activos, vacunas, recomendaciones para tomar taxis, para utilizar bancos y cajeros automáticos, tomar transporte público, entre otros. El turista también podrá encontrar cuatro mapas desprendibles: mapa turístico de Ecuador, mapa de la distribución de los centros ECU-911 a nivel nacional, mapa de infraestructura policial y un mapa de centros de salud en todo el país. (MINTUR,2018).

Se diseño una guía turística del cantón centinela del cóndor para promocionar sus atractivos naturales y culturales año 2013.

Cristian Eduardo Aguirre Ortega, 2013 “Diseño y elaboración de una guía turística del cantón centinela del cóndor para promocionar sus atractivos naturales y culturales”, Universidad Nacional de Loja.

El Cantón Centinela del Cóndor en la Provincia de Zamora Chinchipe posee las características necesarias para que se desarrolle un turismo variado ya que su riqueza paisajística, y cultural es abundante, por esta razón el diseño y elaboración de una guía para la promoción y difusión de sus atractivos es necesaria para que dé desarrolle de mejor manera la actividad turística. Esta guía

turística, una vez elaborada se constituye en un elemento importante para el incremento progresivo del turismo a la hora de recibir al visitante el cual requiere de información detallada del lugar en que se encuentra para poder movilizarse en el sector; esta información debe mostrarse por medio de fotografías y debe describir de forma clara y concisa las actividades que se pueden realizar y los lugares a los que se tiene acceso. A pesar de la inmensa gama de atractivos turísticos que posee el Cantón Centinela del Cóndor, estos no se han podido orientar en proyectos de nivel técnico y de conservación que permitan su difusión de una manera sostenible, razón por la cual esta investigación se planteó como objetivo general, el diseño y elaboración de una guía turística del Cantón Centinela del Cóndor para promocionar sus atractivos naturales y culturales, de este modo se busca la consolidación de esta zona como producto turístico.(Aguirre,2013).

Se diseño una guía turística para promocionar espacios recreativos culturales y lugares turisticos para la provincia de Pichincha ciudad San Pedro Cayambe ,2015  
Cuarán Gualotuña Araceli Maribel,2015, “diseño de una guía turística para promocionar espacios recreativos, culturales y lugares turísticos de la ciudad de san pedro de Cayambe y sus alrededores ubicada en la provincia de pichincha en el periodo 2014-2015”, Instituto tecnológico Superior Cordillera.

En la ciudad San Pedro de Cayambe más conocida como Cayambe no existe una guía turística que proporcione información amplia acerca de cada uno de sus atractivos, por lo que no ha sido explotada turísticamente generando con esto disminución de las actividades turísticas y un limitado desarrollo turístico, el amplio potencial que posee la ciudad Cayambe y sus alrededores permite que cada uno de sus atractivos guarde un encanto por conocer. Por este motivo se realiza una guía acerca de la ciudad Cayambe y sus alrededores con el objetivo de dar a conocer la extensa gama de sitios que pueden ser visitados, informando acerca de rutas de acceso, costos, recomendaciones de visita, información útil para que el visitante disfrute de su estadía en cada uno de los lugares mostrados, de esta manera se impulsará el desarrollo de las actividades turísticas de los habitantes, además que por tratarse de un documento impreso este puede ser llevado, revisado y leído con facilidad.(Gualotuña,2015).

### **2.26.1. Antecedentes del cantón Quevedo.**

El Cantón Quevedo está ubicado en la Provincia de Los Ríos, en la costa centro ecuatoriana. La distancia a la capital del Ecuador Quito, es de 230 km y la que la separa con Guayaquil es de 180 km. Se conecta en aproximadamente tres horas con el puerto de Manta. Está limitado al Norte por Buena Fe y Valencia, al Sur está Mocache, al Este Ventanas y Quintaleña y al Oeste por El Empalme. Tiene 9 parroquias urbanas: San Camilo, San Cristóbal, Venus del Río Quevedo, Nicolás Infante Díaz, El Guayacán, Siete de Octubre, 24 de mayo, Viva Alfaro y Quevedo (Parroquia Matriz); y dos parroquias rurales: San Carlos y La Esperanza. (Quevedo G. M., 2014)

La característica principal de la provincia de Los Ríos y del cantón Quevedo es que está rodeada por importantes redes fluviales, de allí su nombre. En el cantón Quevedo existen variedad de ríos y la gente confluye a sus orillas por lo que se considera fuente potencial turística. Además, existe una serie de bellos paisajes, parques, canchas, piscinas, complejos, etc. que acogen a turistas en feriados.

**CAPITULO III**  
**METODOLOGÍA DE LA**  
**INVESTIGACIÓN**

### 3. METODOLOGÍA

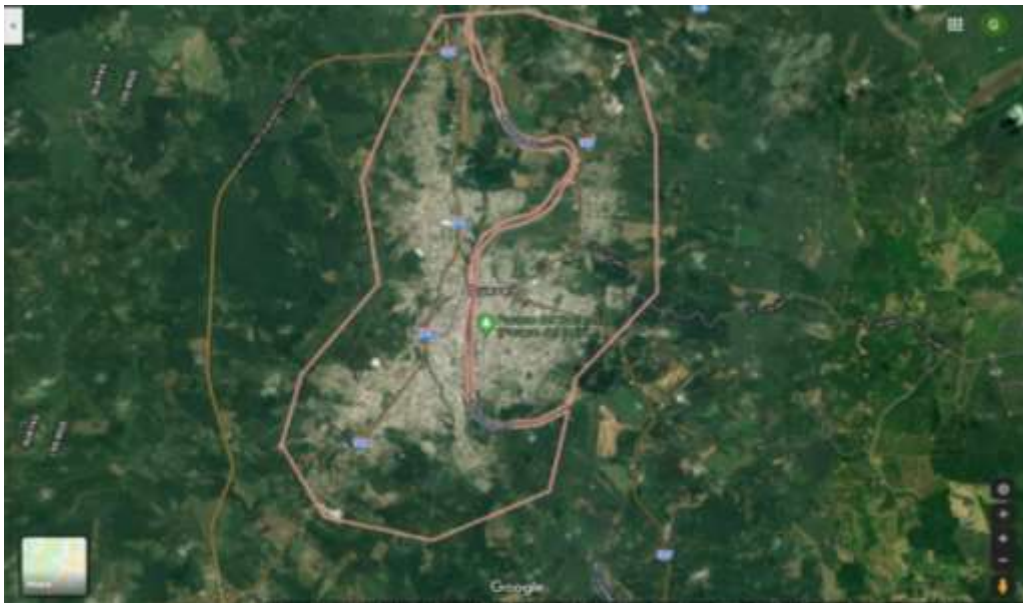
#### 3.1. Localización geográfica

Quevedo se ubica geográficamente al norte de la Provincia de Los Ríos, en la zona central del Ecuador región costa, a  $1^{\circ} 2' 30''$  de latitud sur y  $79^{\circ} 28' 30''$  de longitud oeste. Límites: Norte: Cantones de Buena Fe y Valencia, Este: Cantones de Quintaleña y Ventanas, Sur: Cantón Mocache, Oeste: Provincia del Guayas.

Cantón Quevedo

#### Figura 1

*Mapa del cantón Quevedo*



**Fuente:** tomado de google maps.

#### 3.2. Características del área del proyecto

Quevedo está ubicado en la costa ecuatoriana, en la provincia de Los Ríos. Su economía es agropecuaria, posee un clima adecuado para el cultivo y la producción. Quevedo, además, ha sido considerada como la capital bananera de Ecuador, ya que es centro de la mayoría de compañías que se manejan en el país. Mediante un decreto del ejecutivo el 7 de octubre se estableció que Quevedo pasaría a ser cantón, convirtiéndolo así en uno de los cantones más poblados, La ciudad de Quevedo se constituye como uno de los puertos fluviales más importantes del país. Tiene un profundo sentimiento artístico y cultural.

El nombre del cantón Quevedo se debe al Sr. Timoteo Quevedo, en el año de 1938 penetra en las escabrosas y vírgenes montañas, con el objeto de realizar unas mediciones y levantar los

planos de este sector conocidos con los nombres de Pasaje y Alto Palenque. La Cantonización de Quevedo fue el 7 de octubre de 1943.

### 3.3.TIPOS DE INVESTIGACIÓN, MÉTODOS Y TÉCNICAS

Para lograr los objetivos se utilizó la siguiente metodología:

#### 3.3.1. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva permitió la identificación de los atractivos turístico naturales y culturales del cantón Quevedo. Además, este tipo de investigación ayudó a describir los resultados de los objetivos previamente planteados.

Métodos

#### 3.3.2. Método analítico sintético

Para obtener un resultado favorable al incluir una guía turística llamativa es necesario analizar aspectos varios. El método análisis sintético permitió sintetizar la gran cantidad de información obtenida con el trabajo tanto bibliográfico como de campo para los resultados de los tres objetivos previamente definidos además contribuyo a definir el tipo de información que se incluyó en la guía turística digital. Admitió reconocer la información más importante para hacer una ficha de resumen de atractivo

#### Tabla1

*Formato de ficha de resumen de atractivo*

<b>Nombre del atractivo:</b>	
<b>Categoría:</b> <b>Tipo:</b> <b>Subtipo:</b>	<b>Ubicación:</b>
Fotografía	Breve reseña del atractivo

**Fuente:** adaptado de MINTUR,2017.

**Elaborado por:** Autora del proyecto.

### 3.3.3. Método deductivo

Este método ayudó a la realización de la introducción, el planteamiento del problema y la justificación del presente proyecto.

### 3.3.4. Método Bibliográfico

El método bibliográfico permitió recolectar mayor cantidad de datos e información de estudios previamente realizados y términos técnicos lo cual permitió tener conocimientos teóricos aplicables en el aspecto que se pretende mejorar. Ayudo también en el marco teórico del presente proyecto.

Se recopiló información previa para realizar el trabajo de campo misma que se resalta que la jerarquización la cual tuvo los siguientes valores ,tomado en cuenta lo estipulado en el MINTUR para la evaluación y jerarquización de atractivos si un atractivo puntúo de 86-100 tendrá jerarquía IX,si puntúo de 61-85 su jerarquía será III , si puntúo de 36-60 su jerarquía será de II ,si puntúo de 11-35 su jerarquía será de I y si puntaje es de 0-10 será solo un recurso turístico .Los atractivos inventariados y evaluados en el cantón Quevedo constataron en la categoría II y III las cuales se describe a contaminación:

Jerarquía II: Mantiene algún rasgo llamativo presenta las condiciones básicas para ser producto turístico capaz de atraer visitantes

Jerarquía III: atractivo con rasgos excepcionales capaz de atraer por si solo o en conjunto de otros atractivos permitiendo se realice la actividad turística tanto de visitantes locales como de extranjeros

**Tabla 2**

*Formato de ficha de jerarquización del atractivo*

Nombre del atractivo:		
Variable	Factor	Puntos Máximos
Calidad	Valor intrínseco	
	Valor extrínseco	
	Entorno	
	Estado de conservación (y/u organización)	
	Subtotal	

Apoyo	Acceso	
	Servicios	
	Asociación con otros atractivos	
	Subtotal	
Significado	Local	
	Provincial	
	Nacional	
	Internacional	
	Subtotal	
<b>Total</b>		

**Fuente:** adaptado de MINTUR,2017.

**Elaborado por:** Autora del proyecto.

### 3.3.5. Herramienta tecnológica

Las herramientas tecnológicas permiten el intercambio de experiencia, estudios e investigación en el interior de las organizaciones, así como con su entorno (Lopez, 2017).

La herramienta que se utilizó para realizar la guía turística digital es Canva, En Canva encuentras una plantilla perfecta para tu guía digital personalizada. No importa si no tienes experiencia en diseño, en Canva, puedes crear guías digitales profesionales. Además, se utilizó Facebook se trata de una red social gratuita, intuitivo y muy fácil de manejar. mediante la cual se creó la página” Cultura, naturaleza y gastronomía: Quevedo mi ciudad, espera por ti” en la que se incluye la guía. Finalmente, se utilizaron otras redes sociales como Instagram y WhatsApp para la promoción de la guía compartiendo un enlace directo(link).

### 3.4.Técnicas para recopilación de la información

Para la realización de presente proyecto se utilizó las siguientes fuentes:

Fuentes primarias: se realizó una entrevista al jefe municipal de turismo del cantón Quevedo y por observación directa lo cual permitió obtener fotografías y videos de los atractivos.

Fuentes secundarias: se realizó investigación a través de los buscadores de internet, libros, repositorios digitales revisas, sitios oficiales del GAD municipal del Quevedo

### **3.5.Recurso humano y materiales**

#### **3.5.1. Recurso humano:**

El proyecto se realizó con la investigación personal e información por parte del GAD Municipal y el departamento de turismo del cantón.

Materiales y equipos necesarios para el desarrollo de la investigación:

- Internet
- Memoria USB.
- Esferos.
- Celular (grabador de voz)
- Cámara fotográfica

#### **3.5.2. Equipos:**

- Computadora (Google, Word, power point, Google maps, Photoshop cs6l, Canva, facebook.com)
- **Google:** mediante google se realizó la consulta de los diferentes términos para el desarrollo de la investigación
- **Word:** se utilizará Word para redactar el proyecto con el formato necesario elaboración de cuadros.
- **Power Point:** mediante power point se realizarán las presentaciones para exponer el proyecto culminado
- **Google Maps:** permitió obtener el mapa del cantón Quevedo además de la identificación de la ubicación de los diferentes atractivos del cantón.
- **Photoshop cs6:** permitió la elaboración de logotipo para la porta de la guía turística
- **Facebook:** red social número uno a nivel mundial enlace directo con millones de personas permitió la realización de la página en donde se posteo la guía turística.
- **Canva:** se trata de un programa gratuito. Esta plataforma admitió diseñar una guía turística creativa en conjunto con el material fotográfico.

# **CAPITULO IV**

## **DISCUSIÓN Y RESULTADOS**

## **4. DISCUSIÓN**

### **4.1. Discusión del inventario de atractivos**

La pandemia del COVID -19 presentó cambios inmensos en la forma de vida de las personas ,la industria turística tuvo que actualizar sus proceso para poder surgir luego de las pérdidas, sin embargo la municipalidad del cantón Quevedo viene trabajando múltiples proyectos con miras a las post pandemia , el inventario de atractivos se desarrolló con limitaciones pues muchos de los recursos antes considerados atractivos perdieron su nivel de interés a totalidad y nuevos proyectos más urbanos ,más naturales y más tangibles son los que se mantienen son en los que se está invirtiendo actualmente. Al cantón Quevedo aún le falta mucho en cuanto a ambicionar ser un destino turístico y es una batalla que nos concierne a todos.

### **4.2. Discusión de la entrevista**

El jefe de turismo del cantón Quevedo el doctor Gonzalo Peñafiel manifestó su opinión mediante las 13 interrogantes propuestas en donde dejó claro que babe la posibilidad de que Quevedo se potencialice turísticamente a nivel nacional. Las autoridades están trabajando en ello, para exhibir un cambio real se va requerir de forma indispensable del recurso humano y de el aprecio que los ciudadanos tengas por su ciudad dicha opinión permitió que los fundamentos planteados fueran significativamente correctos, pero no se puede avanzar si el comportamiento de los ciudadanos retrasa el proceso con sus indisciplinas al momento de cuidar todos los proyectos que se van a implementar.

# **CAPITULO V**

# **RESULTADOS**

## 5. RESULTADOS

### 5.1.RESULTADO OBJETIVO 1

#### **Inventariar los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Quevedo.**

Se inventarió los atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Quevedo.

Para el desarrollo de este objetivo se realizó una entrevista al señor PhD. Gonzalo Peñafiel jefe municipal de turismo del cantón Quevedo dicha entrevista constó de trece preguntas la cual se detalla a continuación:

#### **5.1.1. Entrevista**

1. ¿Considera Ud. a la ciudad de Quevedo un destino potencialmente turístico?

En la actualidad no, porque no se existen los atractivos con un proceso finalizado para poder recibir “pasajeros “la ciudad está en proceso para ser un destino turístico.

2. ¿Qué facilidades turísticas posee la ciudad de Quevedo?

Algunos atractivos tienen señaléticas, servicios de alojamiento, capacitación a los prestadores de servicios, información turística con normativas pertinentes para en algún momento denominar a Quevedo destino turístico.

3. ¿Considera Ud. importante la inversión en proyectos turísticos para ciudad de Quevedo?

Claro que si en la actualidad contamos con 100 emprendimientos de inversión que prácticamente reflejan la importancia de los emprendedores y empresarios para promover turismo acá en la ciudad.

4. ¿Qué cambios considera necesarios para aportar a la potencialización turística de la ciudad de Quevedo?

Primero el cambio cultural, el del paradigma, el de la hospitalidad y buen trato, reflexión con el tema de la basura los ciudadanos deben tener ese primer cambio como segundo cambio el respeto al patrimonio todo tiene que ver con el cambio en el recurso humano

5. ¿Considera Ud. importante la promoción de los atractivos turísticos existentes en la ciudad de Quevedo?

Si ya se están ejecutando procesos de promoción y cuando estén listos los sitios turísticos se darán programas como el concurso miss Ecuador que permitirá la promoción a nivel nacional de la ciudad

6. ¿Cuál cree Ud. que es la causa por la cual existente desconocimiento de las actividades turísticas que se pueden realizar en la ciudad de Quevedo?

Porque no existían, solo existían atractivos, pero no contaban con: accesibilidad, seguridad, baterías sanitarias que son procesos requeridos por el ministerio para considerarse sitio turístico no se pueden promocionar solo atractivos.

7. ¿Por qué cree Ud. que muchos atractivos tienen pocas visitas turísticas dentro de la ciudad de Quevedo?

La falta de interés hacia lo cultural permite que atractivos que están fijados con todos los procesos para ser considerados como el museo de la ciudad es lo que hace que se general pocas visitas sin embargo en los sitios que se están trabajando actualmente son más naturales y urbanos lo cual hará que tenga buena acogida por parte de los ciudadanos

8. ¿Qué recomendaría para mejorar es aspecto de muchos recursos turísticos que posee la ciudad de Quevedo?

Primero a la ciudadanía que se conviertan en cuidadores y custodios de su ciudad y segundo las autoridades que sigan con la planificación territorial y planificación de obras del sector turístico

9. Ud. considera que existe como realizar turismo en la ciudad, pero como concientizar a los quevedeños de consumir lo nuestro?

Hay que trabajar la parte educativa y también la parte coercitiva es decir multar a la gente a los malos ciudadanos que hurtan el patrimonio, que contaminan el ambiente, a los que no tienen una buena presentación en la fachada de sus hogares esto permitirá grandes cambios en la ciudad

10. Mencione los atractivos turísticos naturales y culturales con mayor jerarquía de la ciudad de Quevedo

El museo municipal, las manifestaciones culturales, la gastronomía y naturales la ciudadela municipal observación de flora y fauna, malecón, parque lineal, parque la familia y el próximo el recinto turístico ubicados en la ruta de río

11. El departamento de turismo de la ciudad de Quevedo cuenta con una guía turística. ¿Considera esta una buena fuente para la promoción y difusión de las actividades turísticas de la ciudad?

Existe ya un mapa turístico y un brochure que tendrá que ser actualizada cuando se culminen la gran cantidad de obras previstas con el alcalde

12. . ¿Considera importante las guías turísticas digitales para dar a conocer al cantón?

Por supuesto que si se fortalecerá mucho la difusión se pretende digitalizar toda esta información para que los ciudadanos tengan acceso a ella sin manipular folletería

13. La pandemia del COVID-19 afectó mucho el sector turístico a nivel nacional y no se diga de las ciudades que empezaban a fomentar el turismo como parte de su economía y desarrollo sin embargo en la ciudad de Quevedo se están desarrollando múltiples proyectos de nivel turístico. ¿Considera Ud. que la utilización de medios para la promoción aportaría significativamente en la acogida por parte de la población local y sus áreas de influencia?

Claro si todo tipo de promoción ayudará a los emprendimientos, todo tipo de difusión ya que contamos con 100 emprendimientos que requerirán de mucha promoción.

#### **5.1.2. Atractivos turísticos identificados**

- Museo municipal(arqueológico) ciudadela municipal
- Museo grupo de fuerzas especiales Cenepa
- Manifestaciones culturales (ronda de la confraternidad 12 de octubre, gastronomía, danza)
- Parque lineal
- Parque la familia
- Parque el avión
- Malecón
- Ruta del rio

### 5.1.3. Fichas de resumen de los atractivos inventariados

**Tabla 3**

*Ficha de resumen de atractivo Museo Municipal*

<b>Museo Arqueológico (Municipal)</b>	
<p><b>Categoría:</b> manifestación cultural</p> <p><b>Tipo:</b> histórica</p> <p><b>Subtipo:</b> arquitectura civil</p>	<p><b>Ubicación:</b> Ciudadela municipal</p>
	<p><b>Descripción del atractivo:</b> El Museo Arqueológico Municipal de Quevedo está dedicado especialmente a la cultura Quevedo que se desarrolló entre el año 500 AC al 1500 DC. Tiene 670 piezas arqueológicas. Una parte de la colección había sido adquirida años atrás por el Cabildo. La otra fue comprada a un recolector privado, aficionado a la arqueología.</p>

**Fuente:** Investigación de campo, 2021.

**Elaborado por:** Autora del proyecto.

**Tabla 4***Jerarquización de atractivo Museo Municipal*

<b>Museo arqueológico Municipal</b>		
Variable	Factor	Puntos Máximos
Calidad	Valor intrínseco	8
	Valor extrínseco	8
	Entorno	9
	Estado de conservación (y/u organización)	7
	subtotal	32
Apoyo	Acceso	8
	Servicios	8
	Asociación con otros atractivos	6
	subtotal	22
Significado	Local	2
	Provincial	2
	Nacional	0
	Internacional	0
	subtotal	4
<b>Total</b>		<b>58</b>

**Fuente:** Investigación de campo,2021.**Elaborado por:** Autora del proyecto.

La jerarquización del museo arqueológico de Quevedo obtuvo una puntuación de 58 puntos que corresponde a la jerarquía II, lo que corresponde a ser considerado como atractivo llamativo, con la capacidad de despertar el interés de los visitantes.

**Tabla 5**

*Ficha de resumen de atractivo Museo Héroes del Cenepa*

<b>Museo de fuerzas especiales Cenepa #26</b>	
<p><b>Categoría:</b> manifestación cultural</p> <p><b>Tipo:</b> histórica</p> <p><b>Subtipo:</b> museos</p>	<p><b>Ubicación</b> : km2 ½ vía Buena Fe interior grupo de fuerzas especiales Cenepa</p>
	<p>Museo Héroes del “CENEPA” el mismo que está dedicado en memoria de los combatientes de la guerra del alto Cenepa, y el avión utilizado en la guerra con el vecino país Perú en el año 1995</p>

**Fuente:** Investigación de campo,2021.

**Elaborado por:** Autora del proyecto.

**Tabla 6***Jerarquización de atractivos Museo Héroes del Cenepa*

<b>Museo de los Héroes del Cenepa#26</b>		
Variable	Factor	Puntos Máximos
Calidad	Valor intrínseco	9
	Valor extrínseco	9
	Entorno	7
	Estado de conservación (y/u organización)	6
	subtotal	31
Apoyo	Acceso	8
	Servicios	6
	Asociación con otros atractivos	6
	subtotal	20
Significado	Local	4
	Provincial	2
	Nacional	2
	Internacional	0
	subtotal	8
<b>Total</b>		<b>59</b>

**Fuente:** Investigación de campo,2021.**Elaborado por:** Autora del proyecto.

La jerarquización Héroes del Cenepa #26de Quevedo obtuvo una puntuación de 59 puntos que corresponde a la jerarquía II, lo que corresponde a ser considerado como atractivo llamativo, con la capacidad de despertar el interés de los visitantes

**Tabla 7**

*Ficha de resumen de atractivo Malecón Eloy Alfaro*

<b>Malecón Eloy Alfaro</b>	
<p><b>Categoría:</b> urbanos</p> <p><b>Tipo:</b> histórica</p> <p><b>Subtipo:</b> arquitectura civil: parques</p>	<p><b>Ubicación:</b></p> <p>Entrada principal a lado del puente Velasco Ibarra</p>
	<p>En Quevedo los monumentos de León Febres Cordero, José María Velasco Ibarra y Eloy Alfaro forman parte de los monumentos más importantes con los que cuenta Quevedo puede realizar caminata, con una entrada con hermosos jardines, vista al río cuenta con un patio de helados</p>

**Fuente:** Investigación de campo,2021.

**Elaborado por:** Autora del proyecto.

**Tabla 8***Jerarquización de atractivo Museo Eloy Alfaro*

<b>Malecón Eloy Alfaro</b>		
<b>Variable</b>	<b>Factor</b>	<b>Puntos Máximos</b>
<b>Calidad</b>	Valor intrínseco	8
	Valor extrínseco	8
	Entorno	9
	Estado de conservación (y/u organización)	8
	subtotal	33
<b>Apoyo</b>	Acceso	8
	Servicios	7
	Asociación con otros atractivos	6
	subtotal	21
<b>Significado</b>	Local	5
	Provincial	2
	Nacional	0
	Internacional	0
	subtotal	7
<b>Total</b>		<b>61</b>

**Fuente:** Investigación de campo,2021.**Elaborado por:** Autora del proyecto.

La jerarquización del malecón Eloy Alfaro de Quevedo obtuvo una puntuación de 61 puntos que corresponde a la jerarquía III, lo que corresponde a lo que corresponde a ser considerado como atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros

**Tabla 9**

*Ficha de resumen de atractivo Parque lineal “Camilo Arévalo”*

<b>Parque lineal “Camilo Arévalo”</b>	
<p><b>Categoría:</b> Urbano</p> <p><b>Tipo:</b></p> <p><b>Subtipo:</b> construcción civil: parque</p>	<p><b>Ubicación:</b> riveras del rio por el puente Humberto Alvarado Prado</p>
	<p>Son alrededor de 600 metros lineales los que se rehabilitaron. Lo cierto es que el parque Camilo Arévalo Govea fue inaugurado y entregado a la comunidad, como un sitio en donde pueden ir a recrearse y disfrutar en familia, sin complicaciones e inseguridad</p>

**Fuente:** Investigación de campo,2021.

**Elaborado por:** Autora del proyecto.

**Tabla 10***Jerarquización de atractivo Parque lineal “Camilo Arévalo”*


<b>Parque lineal “Camilo Arévalo”</b>		
<b>Variable</b>	<b>Factor</b>	<b>Puntos Máximos</b>
Calidad	Valor intrínseco	8
	Valor extrínseco	8
	Entorno	9
	Estado de conservación (y/u organización)	7
	subtotal	32
Apoyo	Acceso	9
	Servicios	9
	Asociación con otros atractivos	7
	subtotal	25
Significado	Local	4
	Provincial	2
	Nacional	0
	Internacional	0
	Subtotal	6
<b>Total</b>		<b>63</b>

**Fuente:** Investigación de campo,2021.**Elaborado por:** Autora del proyecto.

La jerarquización del Parque lineal “Camilo Interpretación Quevedo obtuvo una puntuación de 63 puntos que corresponde a la jerarquía III, lo que corresponde a ser considerado como atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros

**Tabla 11**

*Ficha de resumen de atractivo Parque” La Familia”*

<b>Parque” La Familia”</b>	
<b>Categoría:</b> Urbano <b>Tipo:</b> <b>Subtipo:</b> construcción civil: parque	<b>Ubicación:</b> Parroquia el Guayacán
	La obra posee una diversidad de áreas, tales como jardineras, camineras, comedores, espacio para deportes extremos, murales artísticos, bailoterapia, canchas de uso múltiples, esculturas de animalitos, así como unas manos gigantes sosteniendo un árbol, entre otras. Además, existen árboles nativos donde pernoctan gran cantidad de iguanas, llamando mucho la atención de los visitantes.

**Fuente:** Investigación de campo,2021.

**Elaborado por:** Autora del proyecto.

**Tabla 12***Jerarquización de atractivo Parque "La Familia"*


<b>Parque "La Familia"</b>		
Variable	Factor	Puntos Máximos
Calidad	Valor intrínseco	8
	Valor extrínseco	8
	Entorno	8
	Estado de conservación (y/u organización)	9
	Subtotal	33
Apoyo	Acceso	9
	Servicios	8
	Asociación con otros atractivos	6
	Subtotal	23
Significado	Local	6
	Provincial	2
	Nacional	0
	Internacional	0
	Subtotal	8
Total		64

**Fuente:** Investigación de campo,2021.**Elaborado por:** Autora del proyecto.

La jerarquización del parque "La Familia" "Quevedo obtuvo una puntuación de 64 puntos que corresponde a la jerarquía III, lo que corresponde a ser considerado como atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros

**Tabla 13**

*Ficha de resumen de atractivo Parque” El avión”*

<b>Parque” El avión”</b>	
<b>Categoría:</b> Urbano <b>Tipo:</b> <b>Subtipo:</b> construcción civil: parque	<b>Ubicación:</b> Parroquia 7 de octubre
	El parque cuenta con juegos infantiles canchas de usos de múltiples, baterías sanitarias, área para bailoterapia se pueden realizar caminatas competencias o simplemente disfrutar de la tranquilidad que mantiene este lugar

**Fuente:** Investigación de campo,2021.

**Elaborado por:** Autora del proyecto.

**Tabla 14***Jerarquización de atractivo Parque "El avión"*


<b>Parque "El Avión"</b>		
Variable	Factor	Puntos Máximos
Calidad	Valor intrínseco	6
	Valor extrínseco	6
	Entorno	7
	Estado de conservación (y/u organización)	7
	subtotal	26
Apoyo	Acceso	9
	Servicios	5
	Asociación con otros atractivos	5
	subtotal	19
Significado	Local	4
	Provincial	0
	Nacional	0
	Internacional	0
	Subtotal	4
<b>Total</b>		<b>49</b>

**Fuente:** Investigación de campo, 2021.**Elaborado por:** Autora del proyecto.

La jerarquización del parque "El Avión" Quevedo obtuvo una puntuación de 49 puntos que corresponde a la jerarquía II, lo que corresponde a ser considerado como atractivo llamativo, con la capacidad de despertar el interés de los visitantes.

**Tabla 15**

*Ficha de resumen de atractivo Ruta del Rio*

<b>Ruta del Rio</b>	
<p><b>Categoría:</b> Urbano</p> <p><b>Tipo:</b></p> <p><b>Subtipo:</b> construcción civil:</p>	<p><b>Ubicación:</b></p> <p>parroquia San Cristóbal</p>
	
<p>Emblema de la ciudad del Rio la ruta del mismo nombre alberga en sus 2.5km de longitud varios atractivos turísticos que son visitados para 18. Ficha e integración familiar. Actualmente cuenta con la implementación de 100 proyectos turísticos.</p>	

**Fuente:** GAD Municipal de Quevedo,2021.

**Elaborado por:** Autora del proyecto.

**Tabla 16***Jerarquización de atractivo Ruta del Rio*

<b>Ruta del Rio</b>		
Variable	Factor	Puntos Máximos
Calidad	Valor intrínseco	8
	Valor extrínseco	8
	Entorno	8
	Estado de conservación (y/u Organización )	7
	Subtotal	31
Apoyo	Acceso	9
	Servicios	6
	Asociación con otros atractivos	20
	Subtotal	35
Significado	Local	6
	Provincial	4
	Nacional	0
	Internacional	0
	Subtotal	10
Total		76

**Fuente:** Investigación de campo,2021.**Elaborado por:** Autora del proyecto.

La jerarquización de la Ruta del Rio” Quevedo obtuvo una puntuación de 76 puntos que corresponde a la jerarquía III, lo que corresponde a ser considerado como atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros

**Tabla 17**

*Ficha de resumen de atractivo manifestación cultural*

<b>Ronda de la Confraternidad</b>	
<p><b>Categoría:</b> Manifestación cultural</p> <p><b>Tipo:</b> Flocklore</p> <p><b>Subtipo:</b> Fiestas tradiciones y creencias populares</p>	<p><b>Ubicación:</b> acontecimiento programado</p>
	<p>El evento es organizado por el GAD Municipal de Quevedo, presidido por el alcalde en turno quien hace un llamado a los quevedeños: hombres y mujeres, para que asistan con sus familias y disfruten de una tarde y noche cultural.</p>

**Fuente:** Investigación de campo,2021.

**Elaborado por:** Autora del proyecto.

**Tabla 18***Jerarquización de atractivo “Ronda de la Confraternidad”*

<b>Ronda de la confraternidad</b>		
<b>Variable</b>	<b>Factor</b>	<b>Puntos Máximos</b>
<b>Calidad</b>	Valor intrínseco	8
	Valor extrínseco	8
	Entorno	9
	Estado de conservación (y/u organización)	7
	<b>subtotal</b>	<b>32</b>
<b>Apoyo</b>	Acceso	9
	Servicios	9
	Asociación con otros atractivos	7
	<b>subtotal</b>	<b>25</b>
<b>Significado</b>	Local	4
	Provincial	2
	Nacional	0
	Internacional	0
	<b>Subtotal</b>	<b>6</b>
<b>Total</b>		<b>63</b>

**Fuente:** Investigación de campo,2021.**Elaborado por:** Autora del proyecto.

La jerarquización de la manifestación cultural “Ronda de la Confraternidad” de Quevedo obtuvo una puntuación de 63 puntos que corresponde a la jerarquía III, lo que corresponde a ser considerado como atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros

#### **5.1.4. Analisis turístico del cantón Quevedo**

El cantón Quevedo va creciendo con mirar a la potencialización turística para ello se requerirá de cambios pero dichos cambios solo se lograran con la ayuda del recurso humano los ciudadanos deben concientizarse y amar su ciudad para generar las condiciones necesarias para la vista de turistas luego de este cambio vendrá la parte de la infraestructura turística y las facilidades que es un proceso en el cual ya se está trabajándose esta invirtiendo por parte de las autoridades del cantón, los medios digitales mantiene su importancia para dar a conocer la ciudad una guía permita a los turistas sentirse atraídos por visitar la ciudad.

### **5.2.RESULTADO OBJETIVO 2**

#### **Diseñar una guía turística digital post COVID-19 de los atractivos naturales y culturales del cantón Quevedo**

Se Diseña una guía turística digital post covid-19 de los atractivos naturales y culturales del cantón Quevedo. Para el desarrollo de este objetivo se creó un perfil en Canva esta herramienta permitió la elaboración de un e-book admite el uso de plantillas y la personalización del diseño.

##### **5.2.1. Pasos para crear una guía turística**

- Recopilación de información: se visitó los principales lugares con los que cuenta la ciudad que poseen todas las facilidades turísticas para poder ser llamados atractivo turístico
- Diseño: En Canva se utilizó una plantilla que se personalizó con el uso del color verde y añadiendo una breve descripción con la fuente Special Elite en color blanco.
- Fotografías: se capturó en fotografía y videos los diferentes atractivos desde puntos estratégicos de la ciudad que resaltaron la estética y permitieron que la guía se más llamativa además se anexo el imago tipo previamente diseñado.
- Nombre de la guía turística “Anímate a disfrutar Quevedo mi ciudad, espera por ti”.

La guía turística digital del cantón Quevedo consta de 24 páginas en las que se incluye: Símbolos patrios del cantón, Fotografías de los atractivos previamente inventariados con una breve descripción y la dirección de donde se encuentran ubicados, la gastronomía típica y festividades.

**Figura 2**

*Portada de la guía turística digital del cantón Quevedo ,2021.*



**Figura3**

*Contraportada de la guía turística digital Quevedo,2021*



### 5.2.2. Imagotipo

El diseño del imagotipo se realizó en función de lo que es Quevedo contiene la bandera de Ecuador y Quevedo pues representa un punto estratégico del país una vasija que representa la cultura resaltante en Quevedo, el río que es emblema de la ciudad un ave que representa la fauna y muchos árboles debido a la gran cantidad de flora que el cantón Quevedo posee, en el fondo se observa un atardecer maravilloso de los cuales se puede gozar a diario desde cualquier rincón de la ciudad .

#### Figura4

*Imagotipo para la guía turística del cantón Quevedo*



*“Quevedo mi ciudad espera por ti”*

**Fuente:** Photoshop cs6 ,2021

**Elaborado por:** Autora del proyecto.

### 5.2.3. Enlace directo a la guía turística digital denominada ¡Anímate a disfrutar Quevedo mi ciudad, espera por ti!

[https://www.canva.com/design/DAEZ\\_JSEuHw/yOcSC2IuhoEYbcHhhEYodw/watch?utm\\_content=DAEZ\\_JSEuHw&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAEZ_JSEuHw/yOcSC2IuhoEYbcHhhEYodw/watch?utm_content=DAEZ_JSEuHw&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=sharebutton)

### 5.3.RESULTADO OBJETIVO 3

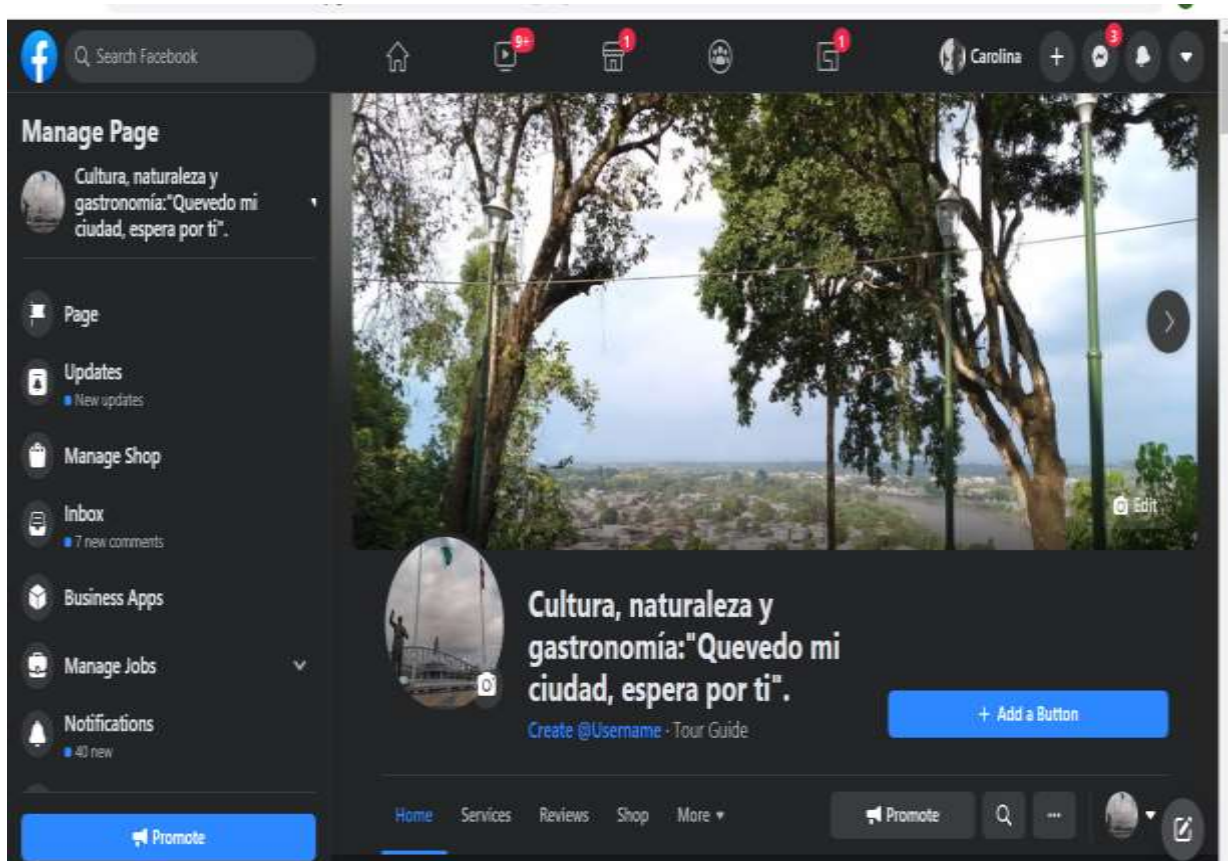
#### Promocionar la guía turística digital del cantón Quevedo

Se promocionó la guía turística digital del cantón Quevedo. Para llevar a cabo este objetivo se creó una página en la red social Facebook en la que se incluye información general del cantón Quevedo y se actualizó con fotografías de la ciudad .mediante las publicación se adjuntó el enlace directo a la guía turística digital .Se procedió a enviar a familiares, conocidos la invitación a dar “me gusta” a la página y compartir las publicaciones, de esta manera la información tiene mayor difusión siendo este un medio directo para llegar a los quevedeños y sus áreas de influencia.

La estrategia publicitaria consiste en el marketing de contenido mediante el inbound marketing se pretende brindar información que complemente las necesidades del turista y el uso de múltiples imágenes que inspiren a querer obtener más información. Las redes sociales hoy en día son un medio inevitable a la hora difundir cualquier tipo de información turística.

#### Figura5

*Screenshot de la página de Facebook “Cultura, naturaleza y gastronomía”.*



**Figura 6**

*Screenshot de las publicaciones en la página de Facebook “Cultura, naturaleza y gastronomía” del cantón Quevedo,2021*



**5.3.1. Enlace directo a la página de Facebook “Cultura, naturaleza y gastronomía: Quevedo mi ciudad, espera por ti”**

[https://m.facebook.com/Cultura-naturaleza-y-gastronom%C3%ADa-Quevedo-mi-ciudad-espera-por-ti-103313498579665/?refid=52&\\_tn=HH-R](https://m.facebook.com/Cultura-naturaleza-y-gastronom%C3%ADa-Quevedo-mi-ciudad-espera-por-ti-103313498579665/?refid=52&_tn=HH-R)

**CAPITULO VI**  
**CONCLUSIONES Y**  
**RECOMEDACIONES**

## **6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1. CONCLUSIONES**

El cantón Quevedo se encuentra con miras al desarrollo turístico para ello se debe determinar atractivos que cuenten con todas las facilidades para recibir turistas, existen múltiples recursos turísticos públicos y privados que sin capacitación e inversión no surgirán y no permitirán que el cantón avance. Se debe priorizar aquellos atractivos que estén listo para la actividad turística tomando en cuenta esto se inventariaron los siguientes atractivos turísticos: Museo municipal(arqueológico), Museo grupo de fuerzas especiales Cenepa, Parque lineal Camilo Arévalo, Parque La Familia, Parque El Avión, Malecón Eloy Alfaro, Ruta del Rio y Manifestación cultural (noche de la confraternidad).

La tecnología no tiene límites en los últimos tiempos esto facilita la comunicación, los negocios, la vida en general. Creando múltiples alternativas para el avance continuo de la industria turística requiere estar presto para la innovación en todo momento de desarrollar actividades es por eso que implementar una guía turística digital en esta época es muy importante. Para el diseño de la guía turística se requirió de portales webs y de múltiples fotografías. Las fotografías y videos son un instrumento inmediato para emitir una recomendación turística.

Actualmente el cantón Quevedo cuenta con obras públicas encaminadas al desarrollo turístico, los cambios entorno al cantón y la gran cantidad de recursos que giran alrededor del mismo permiten que ya sea posible promocionarlo, sin embargo, falta muchos proyectos por inaugurar. Para promocionar la guía turística digital se utilizó las redes sociales que hoy en día son un medio característico si se quiere difundir cualquier tipo de información turística.

## **6.2.RECOMEDACIONES**

Al Gad municipal del cantón Quevedo una vez identificado un atractivo mediante sus sitios webs oficiales se pueda encontrar toda la información respecto de este para que en tiempos en los que se restringe un poco las visitas, así como en esta época de pandemia se pueda contar con información veraz y oportuna, de esta manera los estudiantes cuenten con este apoyo al momento de realizar una investigación para cualquier tipo de proyecto.

Al departamento de marketing y publicidad que implemente imágenes y videos propias de Quevedo que permitan transmitir el sentido de visitar el cantón, que se creen apps y sitios webs que admitan a los ciudadanos manipular información turística del cantón con facilidad desde cualquier dispositivo digital.

Al departamento de turismo cultura y deporte que actualicé constantemente los sitios webs oficiales en dónde se expongan los diferentes espacios de interés público tales como: restaurantes, bares, establecimientos de alojamiento, precios, ubicaciones a fin que exista la promoción de los mismos y en conjunto con los atractivos se consiga implementar visitas con fines turístico dentro del cantón Quevedo.

# **CAPITULO VII**

## **BIBLIOGRAFIA**

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Arthur, L. (1 de 2 de 2018). *Tipos de estrategias promocionales*. Recuperado el 15 de enero de 2021, de cuidatudinerero: <https://www.cuidatudinerero.com/13175837/tipos-de-estrategias-promocionales>
- Bull, W. (2011). *Planificaciòn de espacis turisticos*. Miami: Eudmem. Recuperado el 15 de diciembre de 2020
- Castillo, H. M. (Febrero de 2012). (Trillas, Ed.) Recuperado el 11 de enero de 2021, de <https://www.um.es/documents/3239701/9597895/recursos.pdf/5be347a0-dd58-4d6d-a97d-41819f878941>
- Chan, N. (2005). *Circuitos Turísticos. Programación y cotización* (3ra Edición ed.). (M. Banchik, Ed.) Buenos Aires, Argentina: Ediciones Turísticas de Mario Banchik. Recuperado el 23 de diciembre de 2020
- Faber, M., & Bonta, P. (2015). *La Promociòn*. Chile: Unit marketing. Recuperado el 15 de diciembre de 2020
- Fernandez, A. (2013). *Introducciòn a la teoria y tècnica del turismo*. Madrid: Alianza Editorial. Recuperado el 15 de diciembre de 2020
- Ferrari, A. P. (19 de 9 de 2018). *Estrategias de publicidad y promociòn*. Recuperado el 12 de julio de 2020, de cuidatudinerero: <https://www.cuidatudinerero.com/13117105/estrategias-de-publicidad-y-promocion>
- Gimenez, R. (2017). *redalys*. Recuperado el julio de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20652069006.pdf>
- Gonzalez, D. (2017). *Guia para la elaboracion de estrategia de difusion*. Madrid: sdila. Recuperado el 11 de enero de 2021
- Ibáñez, R., & Rodríguez Villalobos, I. (Octubre de 2014). *Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo*. Recuperado el 15 de diciembre de 2020, de <https://micrositios.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>
- Illescas, L. A. (2015). *Recursos Turísticos*. (J. M. utmach, Ed.) Recuperado el 23 de diciembre de 2020, de file:///C:/Users/User/Downloads/114%20RECURSOS%20TURISTICOS.pdf
- Lopez. (2017). *sutori*. Recuperado el julio de 2020, de <https://www.sutori.com/story/herramientas-tecnologicas--rw7eWFJeBxRb3re147mXRvdt>

- López, J. P. (Junio de 2010). *Clasificación de atractivos turísticos*. Recuperado el 12 de julio de 2020, de [http://admhotelera1.blogspot.com/2011/02/clasificacion-de-atractivos-turisticos\\_16.html](http://admhotelera1.blogspot.com/2011/02/clasificacion-de-atractivos-turisticos_16.html)
- Lopez, R. (2009). *Oocities*. Recuperado el julio de 2020, de <https://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html?202016#defi>
- Melgosa. (2006). Recuperado el 2021
- Meyer, D. V. (septiembre de 2006). *noemagica*. Recuperado el julio de 2020, de <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>
- MINCOTUR. (MAYO de 2020). *GuiasSectorTurismo*. Recuperado el 15 de diciembre de 2020, de GuiasSectorTurismo: [https://www.mincotur.gob.es/es-es/COVID-19/GuiasSectorTurismo/Guias\\_de\\_turismo.pdf](https://www.mincotur.gob.es/es-es/COVID-19/GuiasSectorTurismo/Guias_de_turismo.pdf)
- MINCOTUR. (22 de MAYO de 2020). *GuiasSectorTurismo*. Recuperado el 14 de 6 de 2020, de GuiasSectorTurismo: [https://www.mincotur.gob.es/es-es/COVID-19/GuiasSectorTurismo/Guias\\_de\\_turismo.pdf](https://www.mincotur.gob.es/es-es/COVID-19/GuiasSectorTurismo/Guias_de_turismo.pdf)
- MINTUR. (2012). Recuperado el 2021
- MINTUR. (2017). Recuperado el 2021
- Moncayo, C. A., & Atiencia, M. C. (Febrero de 2014). *TURISMO COMUNITARIO*. Recuperado el 23 de diciembre de 2020, de <http://biblio.universidadecotec.edu.ec/revista/edicionespecial/TURISMO%20COMUNITARIO.pdf>
- Navarro, D. (Junio de 2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valoración*. (Trillas, Ed.) Recuperado el 15 de diciembre de 2020, de <file:///C:/Users/User/Downloads/221641-Texto%20del%20art%C3%ADculo-786441-1-10-20150312.pdf>
- Nechar, M. (2010). *Epistología del turismo*. Mexico. Trillas. Recuperado el 15 de diciembre de 2020
- Ortiz, P. (2010). *Proceso de planeación de la promoción turística*. Mexico: turist.a.c.
- Piaggio, C. D. (Julio de 2001). *TURISMO DE NATURALEZA. UNA OPCIÓN PARA LA CONSERVACIÓN Y EL DESARROLLO SUSTENTABLE EN ESTABLECIMIENTOS RURALES*. Recuperado el 23 de diciembre de 2020, de <http://www.probides.org.uy/publica/dt/DT33.pdf>



- Quevedo, G. M. (2014). Recuperado el 2021
- Quevedo, G. M. (2014). Recuperado el 2021
- Quintana, V. M. (Septiembre de 2017). *EL TURISMO DE NATURALEZA: UN PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE*. Recuperado el 23 de diciembre de 2020, de file:///C:/Users/User/Downloads/2204-4881-1-PB.pdf
- Riquelme, M. (6 de junio de 2018). *Estrategia Promocional (Concepto E Importancia)*. Recuperado el 11 de enero de 2021, de webyempresas: <https://www.webyempresas.com/estrategia-promocional/>
- Rodriguez, O. (2012). *Alternativas de difusion*. Barcelona: reviddt. Recuperado el 15 de diciembre de 2020
- Ruiz, G. (2013). *Elementos básicos del concepto de actividad fisica*. Barcelona: Eudmmet. Recuperado el 15 de diciembre de 2020
- Saenz, C. (2020). *Tomi Digital*. Recuperado el 2021, de [https://tomi.digital/es/81927/conduccion-clase12021?utm\\_source=google&utm\\_medium=seo](https://tomi.digital/es/81927/conduccion-clase12021?utm_source=google&utm_medium=seo)
- Sampieri. (2010). *edmet*. Recuperado el junio de 2020, de [https://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/disenio\\_de\\_la\\_investigacion.html/](https://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/disenio_de_la_investigacion.html/)
- Shamarchi. (Diciembre de 2015). *Qualitas*. Recuperado el 15 de diciembre de 2020, de [https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic\\_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%20DE-PRODUCTOS-TUR%20DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf](https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%20DE-PRODUCTOS-TUR%20DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf)
- Soto, N. R. (2012). *Ecoturismo*. (P. Edición, Ed.) Recuperado el 15 de diciembre de 2020, de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Ecoturismo.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Ecoturismo.pdf)
- Torre, G. M., López, T., & Gutiérrez, E. (Agosto de 2006). El turismo rural como agente económico: desarrollo y distribución de la renta en la zona de Priego de Córdoba. *CIRIEC, II*, pp. 167-192. Recuperado el 15 de diciembre de 2020, de <http://www.redalyc.org/pdf/174/17405507.pdf>
- UTPL. (29 de Abril de 2020). *Afectación al Turismo*. Recuperado el 15 de diciembre de 2020, de <https://noticias.utpl.edu.ec/la-pandemia-por-covid-19-puede-afectar-en-un-30-a-los-ingresos-del-turismo-nacional>
- Villavicencio, B. P., Zamora, J., & López, G. (Junio de 2016). El turismo comunitario. *El Periplo Sustentable*(30), 06 - 37. Recuperado el 23 de diciembre de 2020

Yanira, S. (14 de Julio de 2008). *Facilidades Turisticas*. Recuperado el 15 de diciembre de 2020, de <http://yanitravel.blogspot.com/2008/07/faciidades-turisticas.html>

# **CAPITULO VIII**

## **ANEXOS**

## Anexo1. Entrevista al jefe municipal de turismo del cantón Quevedo



**ENTREVISTA**

**“Análisis turístico del cantón Quevedo”**

1. ¿Considera Ud. a la ciudad de Quevedo un destino potencialmente turístico?
2. ¿Qué facilidades turísticas posee la ciudad de Quevedo?
3. ¿Considera Ud. importante la inversión en proyectos turísticos para ciudad de Quevedo?
4. ¿Qué cambios considera necesarios para aportar a la potencialización turística de la ciudad de Quevedo?
5. ¿Considera Ud. importante la promoción de los atractivos turísticos existentes en la ciudad de Quevedo?
6. ¿Cuál cree Ud. que es la causa por la cual existe desconocimiento de las actividades turísticas que se pueden realizar en la ciudad de Quevedo?
7. ¿Por qué cree Ud. que muchos atractivos tienen pocas visitas turísticas dentro de la ciudad de Quevedo?
8. ¿Qué recomendaría para mejorar es aspecto de muchos recursos turísticos que posee la ciudad de Quevedo?
9. Ud. considera que existe como realizar turismo en la ciudad, pero como concientizar a los quevedeños de consumir lo nuestro?
10. Mencione los atractivos turístico naturales y culturales con mayor jerarquía de la ciudad de Quevedo
11. El departamento de turismo de la ciudad de Quevedo cuenta con una guía turística. ¿Considera esta una buena fuente para la promoción y difusión de las actividades turísticas de la ciudad?
12. La pandemia del COVID-19 afecto mucho el sector turístico a nivel nacional y no se diga de las ciudades que empezaban a fomentar el turismo como parte de su economía y desarrollo sin embargo en la ciudad de Quevedo se están desarrollando múltiples proyectos de nivel turístico. ¿Considera Ud. que la utilización de medios para la promoción aportaría significativamente en la acogida por parte de la población local y sus áreas de influencia?

*David*

**Anexo 2.** Ficha de inventario y jerarquización de atractivo MINTUR,2017



**1. DATOS GENERALES**

1.1 Encuestador: 1.2 Ficha N.º:

1.3 Supervisor Evaluador: 1.4 Fecha:

1.5 Nombre del Atractivo:

1.6 Categoría:

1.7 Tipo:

1.8 Subtipo:

Fotografía No.

**2. UBICACIÓN**

2.1 Provincia: 2.2 Ciudad y/o Cantón:

2.3 Parroquia:

2.4 Latitud: 2.5 Longitud:

**3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**

3.1 Nombre del poblado: 3.2 Distancia:

**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**



4.1 Altitud:

4.2 Temperatura:

4.3 Precipitación




Pluviométrica:

**Anexo 3.** Símbolos patrios del cantón Quevedo




SIMBOLOS PATRIOS DE LA CIUDAD DE QUEVEDO		
ESCUDO	HIMNO	BANDERA
	<p>CORO</p> <p>Que vibrante la voz tierra mía canta ufana tu egregio pasado como ofrenda tu noble legado (bis) de justicia, de paz y de honor.</p>	
<p>El escudo de Quevedo está sobre una bandera. En la franja amarilla se encuentra una leyenda: "Por la Patria y por Quevedo".</p> <p>Bajo el tricolor está el Escudo dividido en cuatro cuarteles de color blanco, verde, rojo y plateado.</p> <p>Une los cuatro cuarteles una rosa de vientos, indicando la importancia vial propia de Quevedo. A los pies del Escudo se encuentran dos cuernos de la abundancia.</p>	<p>I</p> <p>Les brindaste benigna señora de tus senos tus frutos mejores y forjaste con nuestros mayores un sendero de prosperidad.</p> <p>II</p> <p>Un puñado de hombres valientes de recónditos lares</p>	<p>La Bandera de Quevedo es de color blanco, cruzado en diagonal por una franja de color verde</p>

	<p>llegaron y al poblar tu suelo encontraron un oasis de luz y verdad.</p>	
--	--	--

#### Anexo 4. Gastronomía típica del cantón Quevedo

COMIDAS TÍPICAS DE QUEVEDO	
	<p>Bollos de Pescado: La dama, chame, bagre y el bocachico, forman parte del succulento relleno de los bollos, verde rallado, refritos y pescado se envuelven en hojas de plátano en ollas para coserse y degustar el paladar.</p>
	<p>Bistec de Hígado: Una alternativa única y exquisita a los platos corrientes nace con el bistec de hígado. Acompañado por patacones y arroz.</p>
	<p>Estofado de bocachico: El pescado de agua dulce le da el sabor al estofado. Los condimentos rallados, el verde acompañado de arroz y una salsa picante en ají.</p>

**Anexo 5.** Festividades del cantón Quevedo

<b>FECHAS IMPORTANTES (FESTIVIDADES)</b>	
<p>Fecha de Cantonización: 7 de octubre de 1943.</p>	
<p>Nuestra Señora de la Merced: 04 de septiembre.</p>	
<p>Noche de Confraternidad Quevedeños: 06 de octubre.</p>	

Anexo 6. Guía turística del cantón Quevedo 2021





**Anexo 7.** Fotografías de los diferentes atractivos de cantón Quevedo



Anexo 8. Fotografías evidenciales del trabajo de campo ,2021







## Anexo 9.URKUND

← VOLVER A LA VISTA GENERAL DEL ANÁLISIS 🔄 ⬇️ ? CONFIGURACIÓN

IDENTIFICADO: amorero@uteq.edu.ec    ARCHIVO: PROYECTO LAJE HURTADO CAROLINA URKUND.docx    IMPRINTA: 5%

COINCIDENCIAS    FUENTES    **DOCUMENTO COMPLETO**

MOSTRAR EN EL TEXTO

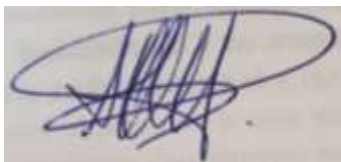
Clas     Referencias     Diferencias detalladas de texto

UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES

Utilizamos cookies para asegurarnos de brindarle la mejor experiencia en nuestro sitio web. Al presionar O.K. usted acepta el uso de cookies como se describe en nuestra política de cookies. MÁS INFORMACIÓN    ENTENDIDO

<b>Analyzed document</b>	PROYECTO LAJE HURTADO CAROLINA URKUND.docx (D100377746)
<b>Submitted</b>	4/1/2021 6:49:00 AM
<b>Submitted by</b>	
<b>Submitter email</b>	amorero@uteq.edu.ec
<b>Similarity</b>	5%
<b>Analysis address</b>	amorero.uteq@analysis.orkund.com
<b>Sources included in the report</b>	
<b>W</b>	URL: http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/5158/1/TH_2013_112.pdf Fetched: 12/9/2020 1:12:37 AM <span style="float: right;">📄 2</span>
<b>W</b>	URL: http://repositorio.ucag.edu.ec/bitstream/3317/320/1/T-UCSC5-PRE-ESP-AETH-28.pdf Fetched: 2/22/2021 11:50:42 AM <span style="float: right;">📄 1</span>
<b>W</b>	URL: http://repositorio.utm.edu.ec/bitstream/123456789/7938/1/02%20TUR%20067%20TRABAJO% Fetched: 3/6/2021 9:23:31 PM <span style="float: right;">📄 1</span>
<b>W</b>	URL: http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2015/02/PDF-Ciudad-de-Mexico.pdf Fetched: 4/1/2021 6:50:00 AM <span style="float: right;">📄 3</span>
<b>SA</b>	<b>tesis final Cuji Thalia.docx</b> Document tesis final Cuji Thalia.docx (D64748574) <span style="float: right;">📄 1</span>
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO / Tesis Lisbeth Solange Tomata Macias Plan de Reactivación de Turismo Cultural del e ...</b> Document Tesis Lisbeth Solange Tomata Macias Plan de Reactivación de Turismo Cultural del e ... (D99278471) Submitted by: kbetancourt@uteq.edu.ec Receiver: kbetancourt.uteq@analysis.orkund.com <span style="float: right;">📄 1</span>
<b>W</b>	URL: https://www.ecuador-turistico.com/2015/02/turismo-en-quevedo.html Fetched: 4/1/2021 6:50:00 AM <span style="float: right;">📄 1</span>



Blga. Ana Moreno Vera

Directora de Tesis

CARRERA DE LICENCIATURA EN ECOTURISMO

**Anexo 10.** Screenshot proceso de elaboración de la guía turística digital e Imagotipo cantón Quevedo,2021

