

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA



CENTRO DE POSGRADOS

Maestría en Turismo mención Gestión de Turismo

Proyecto de innovación presentado para obtener el título de Magister en Turismo

ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y SU APORTE AL DESARROLLO LOCAL DEL CANTÓN CEVALLOS

AUTORA

Ing. Kassandra Nataly Guevara Meza

DIRECTORA

Dra. María Victoria Reyes Vargas, PhD.

PUYO-ECUADOR

2020



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

CENTRO DE POSGRADOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Kassandra Nataly Guevara Meza, estudiante de la Maestría en Turismo mención en Gestión del Turismo de la Universidad Estatal Amazónica, soy responsable de la idea expuesta en el presente proyecto de innovación sobre el tema: “ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y SU APOORTE AL DESARROLLO LOCAL DEL CANTÓN CEVALLOS”, y manifiesto que los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Estatal Amazónica.

Acepto y autorizo a la Universidad Estatal Amazónica, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional - Biblioteca Virtual.

Ing. Kassandra Nataly Guevara Meza

Cédula: 1804670485



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

CENTRO DE POSGRADOS

AVAL

Por medio del presente, certifico que: el maestrante **Kassandra Nataly Guevara Meza**, con C.C.: 1804670485, estudiante de la **Maestría, Mención en Gestión del Turismo Cohorte II**, de la Universidad Estatal Amazónica, ha concluido el trabajo de titulación con el tema: **“Estrategia de Innovación de Productos Turísticos y su Aporte al Desarrollo Local del cantón Cevallos”**, modalidad proyecto de innovación.

Mediante el presente dejo constancia que la elaboración y redacción del informe final de la investigación, fue desarrollado por la estudiante antes mencionada y supervisado bajo mi dirección.

Cumplidos los requerimientos establecidos en el Reglamento de Titulación para obtener el grado académico de cuarto nivel de la UEA, autorizo que el Proyecto de Investigación sea presentado a la Máxima Autoridad y por su intermedio a la Comisión Académica para que se proceda con la asignación del Tribunal y la fecha de sustentación de la defensa legal.

Es todo lo que puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente,

Dra. María Victoria Reyes Vargas, PhD

DIRECTORA DE TESIS



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

CENTRO DE POSGRADOS

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

El tribunal de sustentación del proyecto de innovación certifica que:

El presente trabajo de investigación titulado: Estrategia de Innovación de Productos Turísticos y su Aporte al Desarrollo Local del cantón Cevallos, bajo la responsabilidad de la señorita Cassandra Nataly Guevara Meza, ha sido meticulosamente revisada, autorizando su presentación:

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Dr. C. Luis Manosalvas Vaca, PhD.

PRESIDENTE

Dra. C. Haidé Marín Coromoto, PhD.

MIEMBRO

Dra. C. Carolina Bañol, PhD.

MIEMBRO

AGRADECIMIENTOS

- Uno de los agradecimientos más profundos al ser supremo de la eternidad mi ABBA KADOSH, que gracias a su bendición y propósito me ha permitido dar un paso importante en mi vida profesional.
- Con gratitud agradecer a todo el personal administrativo y docentes del Centro de Postgrados de la Maestría en Turismo y en especial mi tutora Dra. María Victoria Reyes Vargas, PhD, por toda la paciencia, confianza, solidaridad y por sobre todo el apoyarme en este proceso.
- A mis padres por depositar en mi todo su amor, apoyo y confianza durante toda esta nueva etapa maestrante.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de Investigación e Innovación Científica a mi madre que de una u otra manera siempre ha sido incondicional, al depositar su confianza y bendición reflejándome siempre sus valores de humildad.

Por otra parte, me permito dedicar este trabajo a mis hermanos Patricio y Diana Koseth que junto a las personas más cercanas y amigos siempre han sido mi motivación para cumplir otra meta más.

Y dedico esta tesis a todo aquel que me ha brindado su cariño y afecto a lo largo de este tiempo de estudios.

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación “Estrategia de innovación de productos turísticos y su aporte al desarrollo local del cantón Cevallos”, tiene como objetivo el diseño de estrategias de innovación de productos turísticos que aporten al desarrollo local. Como proceso metodológico se plantea una investigación con enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), para lo cual se realizó un diagnóstico situacional de la actividad turística del cantón, mediante una búsqueda exhaustiva de documentación disponible en diversas fuentes bibliográficas e información de campo, la cual permitió identificar a 31 actores turísticos, 17 establecimientos que brindan servicios de alimentación, 3 de alojamiento, 5 de recreación y un total de 20 atractivos turísticos que se ubican entre las jerarquías I y III, conforme la metodología de inventarios del Ministerio de Turismo; en cuanto a la demanda se identificó que mayormente acuden visitantes de cantones aledaños de la provincia de Tungurahua, como Ambato y Mocha y de Pichincha, de forma particular de la ciudad de Quito. Se analizó la relación existente entre la innovación de productos y su aporte al desarrollo local, a través del levantamiento de información por medio de la aplicación de una encuesta que se sometió a una prueba de homogeneidad chi cuadrado, a los diversos actores del sector turístico, que indicaron que el mayor reto al que se enfrenta el sector turístico en la actualidad es la liquidez requiriendo mayor capacitación a la población en medidas prácticas y eficientes de economía enfocadas en la mejor administración de recursos; para determinar la posibilidad de estructurar un planeamiento estratégico y operativo los encuestados refirieron que resulta necesaria la creación de rutas turísticas virtuales y la adopción de una plataforma de ventas en línea, para lo cual se delinearon objetivos y líneas estratégicas que orienten proyectos y actividades que conduzcan a la implementación de productos turísticos innovadores para mejorar la experiencia y nivel de satisfacción del visitante que llega a este territorio, basados previamente en el análisis de la matriz de factores internos (MEFI) y de factores externos (MEFE) que concluyen en una matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), que sintetiza los proyectos de capacitación turística de innovación en productos turísticos del cantón, diseño y rediseño de productos turísticos innovadores, creación de un plan de comunicación y gestión y comercialización de productos turísticos innovadores; cada proyecto define sus actividades, responsables, requerimientos, duración en un cronograma valorado.

PALABRAS CLAVE: oferta y demanda turística, innovación, objetivo estratégico, proyecto

SUMMARY

The objective of the research "Innovation strategy for tourism products and its contribution to local development of the Cevallos canton" is to design innovation strategies for tourism products that contribute to local development. As a methodological process, a research with a mixed approach (qualitative and quantitative) is proposed, for which a situational diagnosis of the tourist activity of the canton, object of study, was carried out, through an exhaustive search of documentation available in various bibliographic sources and field information, which made it possible to identify a total of 31 tourist actors, 17 establishments that provide food services, 3 accommodation establishments, 5 recreation establishments and a total of 20 tourist attractions that are located between hierarchies I and III, according to the inventory methodology of the Tourism Ministry, regarding the demand, it was identified that visitors from neighboring cantons of Tungurahua province, such as Ambato and Mocha and Pichincha, especially from Quito city. The relationship between product innovation and its contribution to local development was analyzed, through the gathering of information through the application of a survey to the various actors in the tourism sector, which included a chi-square homogeneity test, to which the interviewees indicated that the greatest challenge facing the tourism sector today is liquidity, requiring greater training of the population in practical and efficient economic measures focused on better resource management, elements that will promote innovation in their products; To determine the possibility of structuring a strategic and operational planning, the respondents referred that it is necessary to create virtual tourist routes and the adoption of an online sales platform, for which objectives and strategic lines were outlined to guide projects and activities that lead to the implementation of innovative tourism products to improve the experience and level of satisfaction of the visitor who arrives in this territory, previously based on an analysis matrix of internal factors (MEFI) and external factors (MEFE) that conclude in a matrix of strengths, opportunities, weaknesses and threats (FODA), which synthesizes tourism training projects for innovation in tourism products in the canton, design and redesign of innovative tourism products, creation of a communication plan and management and marketing of innovative tourism products; Each project defines its activities, responsible parties, requirements, duration in a valued schedule.

KEY WORDS: tourism supply and demand, innovation, strategic objective, project

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	ii
AVAL	iii
CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	iv
AGRADECIMIENTOS	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN EJECUTIVO	vii
SUMMARY	viii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xii
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Problema científico	4
1.2 Hipótesis de la investigación	6
1.3 Objetivos	6
1.3.1 Objetivo General	6
1.3.2 Objetivos Específicos	6
CAPÍTULO II. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	7
2.1 El turismo en el mundo, contexto actual	7
2.2 La innovación en el turismo, análisis conceptual	8
2.3 Tipos de innovación turística	10
2.4 Desarrollo turístico	12
2.5 Los productos turísticos y su aporte al desarrollo local	13
CAPÍTULO III. MATERIALES Y MÉTODOS	16
3.1 Localización	16

3.2 Tipo de investigación	17
3.3 Métodos de investigación.....	18
3.4 Tratamientos de datos.....	19
3.4.1 Técnica de comprobación de hipótesis	20
3.4.2 Población y muestra	20
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	22
4.1. Caracterización del entorno.....	22
4.2. Oferta turística.....	24
4.3. Demanda turística.....	32
CONCLUSIONES.....	51
RECOMENDACIONES	52
BIBLIOGRAFÍA	53
ANEXOS.....	58
Anexo 1	58
Anexo 2	59
Anexo 3	61
Anexo 4	62
Anexo 5	66
Anexo 6	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Innovación turística.....	12
Figura 2. Desarrollo Turístico	12
Figura 3. Componentes del producto turístico	14
Figura 4. Estructura de producción del Sistema turístico.....	15
Figura 5. Mapa del Político del Cantón Cevallos.....	16
Figura 6. Fases de la metodología para la formulación del PDTT.....	13
Figura 7. Modelo sistémico de gestión de destinos turísticos inteligentes.....	10
Figura 9. Mapa Turístico del cantón Cevallos	32
Figura 10. Edad	34
Figura 11. Género.....	35
Figura 12. Nivel de Instrucción.....	36
Figura 13. Pregunta 1	37
Figura 14. Pregunta 2	38
Figura 15. Pregunta 3	38
Figura 16. Pregunta 4	39
Figura 17. Pregunta 5	40
Figura 18. Pregunta 6	41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de la innovación turística.....	11
Tabla 2 Conceptos del producto turístico	14
Tabla 3. Flora.....	23
Tabla 4. Actores turísticos del cantón Cevallos	24
Tabla 5. Catastro de alimentos y bebidas	27
Tabla 6. Catastro de alojamientos.....	28
Tabla 7. Servicios de apoyo.....	29
Tabla 8 MATRIZ MEFE	45
Tabla 9 MATRIZ MEFI	46
Tabla 10 Matriz FODA.....	47
Tabla 11 Objetivos estratégicos y proyectos	50

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

El turismo ha sido identificado como una de las actividades con potencial para contribuir al desarrollo económico, es por ello que los gobiernos tienen la capacidad de influir y tomar medidas en las áreas de aprovechamiento de la actividad turística, a través de regulaciones, incentivos, promoción o mediante la mitigación de los efectos externos negativos, promoviendo con ello que el turismo se convierta en uno de los medios idóneos para el desarrollo local (Castillo, Martínez y Vázquez, 2015, pp. 70).

Buscar nuevas experiencias, sensaciones y emociones son algunas de las tantas razones que estimulan la idea de viajar en la inmensa mayoría de las personas. Así también, conocer nuevos sitios tanto históricos-culturales como naturales, intercambiar culturas y escapar de la cotidianidad constituyen motivos de viaje para muchos, convirtiéndose el turismo en una actividad que resulta interesante para gran parte del mundo.

El turismo es la industria de mayor crecimiento en los últimos años en gran parte del mundo, y en Ecuador, desde hace pocos años se mantiene una creciente tendencia económica la cual es de vital importancia en la región evidenciando el crecimiento de su Producto Interno Bruto-PIB, durante el periodo 2000-2013 el país mantiene un promedio en su tasa de crecimiento con el 4,30% ante el promedio de la región Sudamericana que aborda el 3,85% de acuerdo con datos obtenidos del Banco Mundial (CEPAL, 2018).

La creciente economía del Ecuador parte de una serie de importantes decisiones generadas por ingresos económicos los cuales pasan por una transición y derriban al país desde un enfoque sectorista primario que se desarrolla en un sector industrial y en el sector de servicios. La serie de iniciativas programas y planes desarrollan la objetividad para un ascenso de mayor provecho frente a la propuesta de turismo sostenible dinamizadoras, fortalecedoras y de potenciación (Viteri y Tapia, 2018, pp. 30).

La provincia de Tungurahua, ha logrado articular los esfuerzos institucionales para promover el turismo, a través del esfuerzo de los actores locales, representados en las cámaras de turismo, el Gobierno autónomo descentralizado provincial, municipal y parroquial, además de contar con el contingente de la Dirección provincial del Ministerio de Turismo, quienes desarrollaron la estrategia de conformación de la Mesa Provincial, la cual ha propuesto alternativas para desarrollar productos turísticos que respondan a las

necesidades de los clientes potenciales y a la vez puedan generar beneficios económicos para la población y por ende promover el desarrollo para la provincia; siendo algunos de los productos representativas, impulsados a través de la ruta de las compras, gastronómica, cultural, y ecológica (Guato, 2014).

Entre las rutas exitosas Sandoval (2018) manifiesta que en el año 2008 la rehabilitación de la Empresa Pública Ferrocarriles del Ecuador-EPFE en el tramo Tren del Hielo II, desarrolló pruebas piloto del tren educativo, el cual entró en vigencia en el año 2013, desarrollando la travesía junto al tren panorámico o auto ferro hacia el cantón Cevallos permitiendo con ello, fortalecer la demanda local durante los días viernes, sábados, domingos y feriados, quienes motivados por la historia, cultura y gastronomía realizan la visita de la conocida Ruta Agroturística.

Este proyecto permitió el impulso de actividades comunitarias generando así, la creación de micro, pequeñas y medianas empresas enfocadas en los diferentes sectores a través de un proceso de desarrollo económico impulsado por su gente.

En la actualidad el producto turístico del cantón Cevallos se encuentra en un estado de estancamiento, muy propenso a un estado de declive según lo manifiesta Cruz (2019), cuando se refiere al ciclo de vida de los destinos turísticos, en donde resalta que el estancamiento es una etapa delicada en el ciclo de la vida de un destino, porque ya se ha producido el crecimiento posible; por lo que, una técnica de observación directa permite conocer que el producto turístico del cantón Cevallos se encuentra en una fase de estancamiento, lo que supone que el número de visitantes no crece y el destino comienza a perder su valor de atraktividad (pp. 49-50).

Esta teoría determina que muchas compras de repetición y en muchos casos la capacidad de acogida puede haberse sobrepasado, generando una fase de declive, lo que se evidencia en una pérdida de visitantes, mismos que prefieren trasladarse a nuevos destinos.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial-PDOT del cantón Cevallos (2014) entre sus componentes de Diagnóstico en el factor de identidad, cultura y turismo determina establecer potencialidades geográficas, territoriales, ambientales, productivas específicas, culturales tangibles e intangibles, así como la infraestructura, que hoy tiene el cantón, parte de los componentes productivos de Cevallos son las áreas de producción

agrícola y frutícola, además de la industrialización de la manufactura, la agroindustria, los alimentos frescos y procesados, el desarrollo de servicios y la generación de valor agregado en la producción, así también el incremento de la productividad por medio de la expansión de encadenamientos productivos, la estructuración de redes complementarias y sinérgicas que favorezcan procesos productivos y el desarrollo de complejos industriales (PDOT, 2014).

De acuerdo con La Organización Mundial del Turismo-OMT (2020) la expectativa para el sector turístico para el año 2020 se enmarca en que las llegadas de turistas internacionales muestra un decrecimiento del 1% al 3%, lo que supone una pérdida estimada de entre 30.000 y 50.000 millones de dólares; lo cual difiere de la información difundida antes de la declaratoria de la pandemia y el brote del COVID-19, en donde se había pronosticado un crecimiento positivo de entre el 3% y el 4% para el 2020. Por lo cual, el turismo sufrió un decrecimiento violento desde mediados de marzo del 2020, en donde el mundo tuvo que adaptarse en medio de un deterioro de la economía.

El Ministerio de Turismo del Ecuador-MINTUR por su parte menciona que en el año 2018 la actividad turística fue la tercera fuente de ingresos más importante no petrolera que contribuyó aproximadamente al 5.5% del PIB (Quito Turismo, 2020, pp. 10).

Para la industria sin chimeneas de acuerdo con la ministra de turismo Rosi Prado “El sector turístico de Ecuador estima que perderá mensualmente hasta unos USD 400 millones a causa de la pandemia que obligó al cierre de fronteras en el país” (El Comercio, 2020). Por lo tanto, la actividad turística ha sufrido drásticos cambios para lograr reactivarse en medio de una catastrófica pérdida económica han requerido apoyarse en protocolos de bioseguridad para mantenerse en un mercado que esta golpeado por la pandemia y sus efectos, dando lugar a nuevas medidas y sobre la marcha reinventarse para lograr vender sus servicios de manera segura.

La presente propuesta se enmarca en el trabajo colaborativo entre el Gobierno autónomo descentralizado cantonal (Municipalidad) y los emprendedores turísticos del cantón. El objetivo principal de esta dinámica tiene que ver con asumir un papel proactivo en materia turística, creando los instrumentos e impulsando las acciones necesarias para garantizar su correcto desarrollo. Actualmente, las políticas turísticas municipales se articulan en un doble objetivo, que consiste en potenciar la actividad turística y, al mismo tiempo, garantizar que

su repercusión sea positiva y beneficiosa para la población local. Esto en el contexto, que la madurez de cualquier destino turístico requiere necesariamente herramientas de gestión, planificación e innovación y a la vez de instrumentos de promoción que ligado a la riqueza tradicional, artesanal y gastronómica permita a una localidad la innovación del producto turístico, a través del rescate de conocimientos históricos, hechos suscitados con personajes representativos de la localidad, para generar un turismo interno que dinamice la economía local y que permita el desarrollo del destino turístico del lugar (Machado y Cuevas, 2007).

1.1 Problema científico

La provincia de Tungurahua desde el año 2008 cuenta con una Estrategia de Turismo, considerada como una política pública y cuyo objetivo principal es “incrementar el volumen de ingreso de los visitantes a la provincia de Tungurahua y su nivel de gasto” (Comité Provincial de Turismo, 2013, pp. 2).

Dicho documento, se elaboró con la participación tanto de actores públicos, privados, académicos y comunitarios, a fin de fortalecer y promover de manera coordinada y planificada el desarrollo del sector turístico en el territorio provincial mediante objetivos y líneas estratégicas comunes.

Sin embargo, aunque la estrategia de turismo ha contribuido a que los nueve cantones de la provincia desarrollen actividades encaminadas en las líneas de acción propuestas, de acuerdo a las partes involucradas, en el cantón Cevallos aún se puede divisar que existe una débil consolidación de una imagen de destino turístico, lo cual se refleja en el **Anexo 1** que se sintetiza el árbol de problemas, las causas y consecuencias del conflicto, se citan como problemas principales a la escasa capacitación por parte del productor, lo que deriva en la falta de un producto turístico innovador que motive la pernoctación del visitante, por lo tanto, no genera una dinámica en la economía local afectando evidentemente el desarrollo del territorio.

Para este análisis exhaustivo se aplicó un cuadrante que consta en el **Anexo 2** en donde se precisa el hilo conductor de la investigación, en el cual se sintetiza como resultado la débil consolidación del destino turístico lo cual deriva en una posible falta de innovación en los productos turísticos locales. De tal forma que en el **Anexo 3** que consta el diagrama de Ishikawa mediante el cual permite conocer que la deficiente y poco desarrollada innovación

de productos turísticos da lugar en gran parte al estancamiento en el producto dentro de las actividades turísticas que se desarrollan en el cantón, objeto de estudio.

Lo antes enunciado se contrasta con la poca capacitación que los productores reciben, lo cual incide en la baja calidad en el servicio turístico, así como se demuestra en el **Anexo 4** que sintetiza la matriz de Vester, en donde se aplican técnicas de apoyo para la identificación de la situación problemática que se viene presentando, lo cual no ha permitido un adecuado desarrollo del sector turístico en Cevallos, tomando en cuenta que en la actualidad se requiere un cambio significativo más allá de la innovación turística que se pueda realizar, puesto que, la realidad circundante en el ámbito turístico debido a la pandemia exige de mayor esfuerzo para reactivar y reabrir las actividades turísticas.

Una distorsión evidente, es que se tiende a confundir la innovación tecnológica o la actualización de tecnologías de información y comunicación en los productores con la innovación de productos turísticos propiamente dichos (López y López, 2007). Sin embargo, considerando el planteamiento del servicio se debe buscar innovación no solo en la experiencia y satisfacción del visitante que llega hasta el cantón Cevallos y hace uso de un servicio turístico, sino también el generar productos que resulten llamativos, nuevos adaptados a las necesidades de quienes llegan a esta zona.

Es por tanto necesario que los organismos involucrados tanto públicos como privados tomen en consideración las potencialidades en los diferentes sectores económicos productivos del cantón, tal es el caso, el área productiva a través de granjas temáticas, donde los agricultores tienen la oportunidad de dar valor agregado a sus cultivos por medio de la práctica de un turismo vivencial, propiciando el fortalecimiento de sus emprendimientos generando un aporte al desarrollo local de este territorio.

En base a este contexto, el presente trabajo de investigación se fundamenta en la siguiente interrogante:

¿La carencia de la innovación de productos turísticos ha limitado el desarrollo local del cantón Cevallos, en la provincia de Tungurahua?

1.2 Hipótesis de la investigación

La innovación de productos turísticos se relaciona con el desarrollo local del cantón Cevallos.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Diseñar estrategias de innovación de productos turísticos que aporten al desarrollo local del cantón Cevallos.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la actividad turística en el cantón Cevallos.
- Explicar la relación entre la innovación de productos turísticos con respecto al desarrollo local del cantón Cevallos.
- Estructurar el planeamiento estratégico y operativo para la innovación de productos turísticos del cantón Cevallos.

CAPÍTULO II. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

2.1 El turismo en el mundo, contexto actual

Reyes, Machado y Ortega (2015) refieren que:

“el comienzo de la actividad turística, ésta fue concebida como un privilegio y derecho de determinadas clases sociales pertenecientes a diversos estratos económicos de elevado rango, nace por tanto, como una actividad propia de las clases aristocráticas, que a merced de su posición social y su poder económico disfrutaban del turismo sin interrupción y de forma periódica, criterios estos que han sido expuestos por varios autores como Foster (1994), Cerda (2003), Fernández (2006), Cruz y Jiménez (2006) y Abad y Gutiérrez (2008)” (pp. 42).

Sin embargo, en las últimas décadas ha sufrido un proceso de masificación, asociado al propio desarrollo de la economía mundial, que es muy evidente en los países desarrollados, en donde las nuevas tecnologías de la información y la comunicación ha incidido para que la población tenga mayor interés en conocer nuevos destinos o lugares de atracción turística.

Varias son las definiciones que autores han aportado con relación al turismo que constan en el **Anexo 5**, de los cuales la autora coincide con la definición de turismo que propuso Martín (2006), ya que el turismo sin lugar a dudas se ha constituido en una actividad que contempla un *“conjunto de fenómenos y relaciones económicas, psico-sociológicas y medioambientales que se generan entre las entidades vinculadas a los viajes desde el lugar emisor, las entidades proveedoras de servicios y productos en el lugar de destino, los gobiernos de los lugares emisores-receptores y las comunidades locales de acogida, con motivo del viaje y estancia de visitantes temporales en un destino diferente a su lugar de residencia habitual”*

Es evidente que a medida que ha ido evolucionando la economía y la sociedad se ha venido produciendo una adaptación en la concepción del término actividad turística, revolucionando los consumidores y los prestadores de servicios a nuevas formas de gestión adaptadas a las exigencias actuales, lo cual ha favorecido para que sea considerado como uno de los sectores más dinamizadores de la economía mundial.

Jafar (2005) citado por Fuentes (2016) menciona que el turismo no está acuñado como una ciencia a investigar, sin embargo, en los últimos años ha provocado comentarios a favor y en contra de dicha aseveración, tienen mucha importancia las razones del por qué esta disciplina no es considerada como una ciencia por varios autores que indican que la actividad turística en un servicio que se refleja en los sentidos, y por tanto constituye una actividad de que evoluciona en conformidad a las experiencias (pp. 108).

La Organización Mundial del Turismo refiere que, durante las últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo (OMT, 2017). Por tanto, el turismo no debe ser visto solo como un fenómeno económico, sino también como uno social, cultural y medioambiental. Tampoco debe analizarse solamente como una industria del ocio, puesto que, a decir de otros autores lo refieren como una ciencia y es como tal, que debe ser estudiado (Carrazana, 2017, pp. 212).

2.2 La innovación en el turismo, análisis conceptual

A decir de Méndez (1997) citado por Astudillo y Prada-Trigo (2017), refieren que, desde un concepto más amplio sobre innovación, ésta permite “acelerar la producción, abaratar los costes, aumentar los rangos de actuación, ampliar el mercado a nuevos segmentos o áreas o mejorar el funcionamiento de las empresas” (pp.8).

Sin embargo, últimamente las contribuciones sobre innovación en el sector turístico han aumentado, y en este contexto, Sandoval, Cano y Ruiz (2015) y Cruz, Miranda, y Lobo (2019) destacan las siguientes:

- La innovación es un elemento clave para la competitividad de las empresas turísticas, forma parte del motor interno que permite adaptarse al entorno y mantenerse vigente en plena competencia de destinos turísticos.
- Las TIC son una de las principales bases de la innovación en el turismo y guardan una relación con la actualización continua de los asociados de la empresa, flexibilidad de los servicios en su funcionamiento e impulsan la orientación hacia la calidad y diferenciación del producto.

Por otra parte, dado que innovar se relaciona esencialmente con algo nuevo, y la mayoría de las definiciones de innovación se centra en la introducción de novedades, la innovación turística puede ser definida como: “pueden darse por su novedad, por ser la primera vez que son ofrecidos por la empresa o por su incorporación como destino turístico, entre otros” (Ubierna y Pérez, 2016, pp. 256).

En este contexto, las empresas turísticas se enfrentan constantemente a cambios sociales, económicos y culturales, que afectan de cierta manera sus actividades y su desenvolvimiento en el mercado, por tanto, las empresas del sector turístico están sometidas o deben someterse a constantes procesos de innovación, para garantizar su permanencia en el mercado turístico, no solo por las exigencias de la demanda, sino por la diversidad de oferta turística.

Por otra parte, esta investigación también se apoya en el modelo sistémico de gestión de destinos turísticos inteligentes propuesto por Ivars-Baidal, Celdrán, y Femenia-Serra, en el año 2017 (**Figura 1**) quienes mencionan que este modelo posee tres niveles:

- El primer nivel se define la estrategia junto con la colaboración entre los agentes del destino (stakeholders) y los recursos necesarios para la gestión;
- El siguiente nivel instrumental fija la infraestructura de conectividad y sensorización que permite el desarrollo de la economía digital además del despliegue de soluciones inteligentes e innovadoras; y,
- El tercer nivel aplicado permite el desarrollo de soluciones en diferentes planos: información, mejora de la experiencia turística, por parte de la oferta, marketing, gestión de recursos y visitantes e inteligencia del destino.

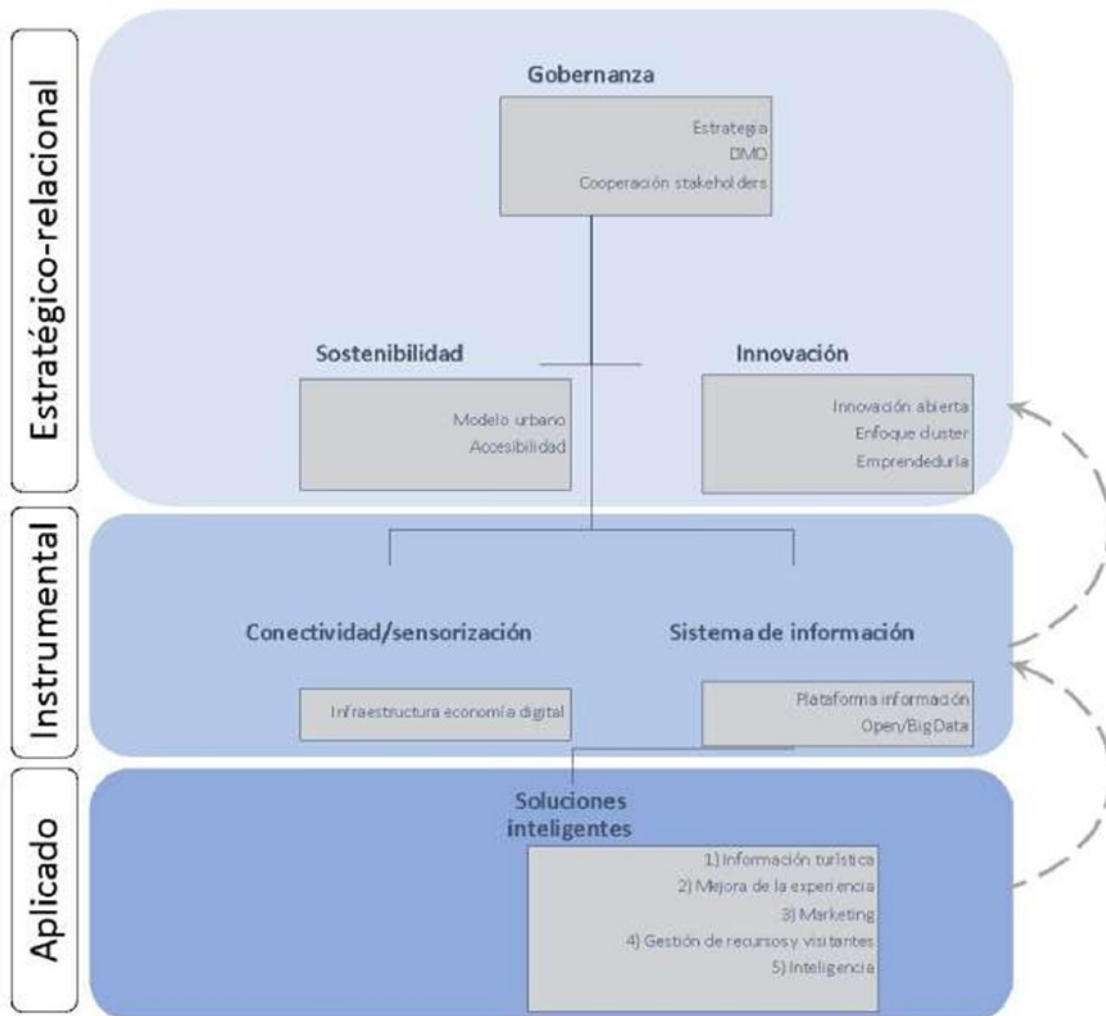


Figura 1. Modelo sistémico de gestión de destinos turísticos inteligentes
Fuente: (Ivars-Baidal, Celdrán Bernabéu, y Femenia-Serra, 2017)

2.3 Tipos de innovación turística

Las empresas turísticas pueden hacer numerosos cambios en sus actividades, productos o servicios turísticos y métodos de trabajo, por consiguiente, con el objetivo de identificar los tipos de innovación que son relevantes en las empresas turísticas, se establece una tipología de innovación basada en la clasificación establecida por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico-OCDE en el Manual de Oslo en el año 2005, como se muestra en la **Tabla 1**.

Tabla 1. *Tipos de la innovación turística*

<i>Innovación</i>	<i>Descripción</i>
<i>Innovación de producto</i>	Nuevos productos, actividades o servicios turísticos que no se encontraban en el mercado, o que estaban de una forma diferente. Cambios que los turistas consideran nuevos en las formas de presentar o vender un producto.
<i>Innovación de proceso</i>	Nuevos métodos en los procesos de producción y prestación de servicios turísticos.
<i>Innovación de organización</i>	Nuevos métodos para la gestión de la información, del personal, organización del lugar del trabajo, prácticas laborales o relaciones externas de la empresa.
<i>Innovación de mercadotecnia</i>	Nuevos métodos de distribución, publicidad, formas de venta, nuevos mercados, línea de productos y nuevos segmentos turísticos, así como el diseño de nuevas experiencias, productos y generación de marcas.

Fuente: (Oslo, 2005)

La innovación de producto es la introducción de un bien o de un servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso al que se destina (OCDE, 2006).

En las empresas turísticas, las innovaciones en producto se concretan en nuevos productos, actividades o servicios turísticos que no se encontraban en el mercado o que estaban de una forma diferente y los cambios que los turistas consideran nuevos en las formas de presentar o vender un producto (Gonzales y León, 2010).

Las innovaciones de mercadotecnia tienen el objetivo de satisfacer mejor las necesidades de los consumidores, abrir nuevos mercados o posicionar en el mercado un nuevo producto o servicio turístico con el fin de incrementar las ventas

De esta manera la tipología de la innovación turística permite comprender las diferentes trayectorias de la innovación en el sector turístico, así como, conocer los ámbitos en que una empresa turística puede innovar, y por consiguiente realizar un análisis de su nivel de innovación, lo cual se muestra en la **Figura 2:**

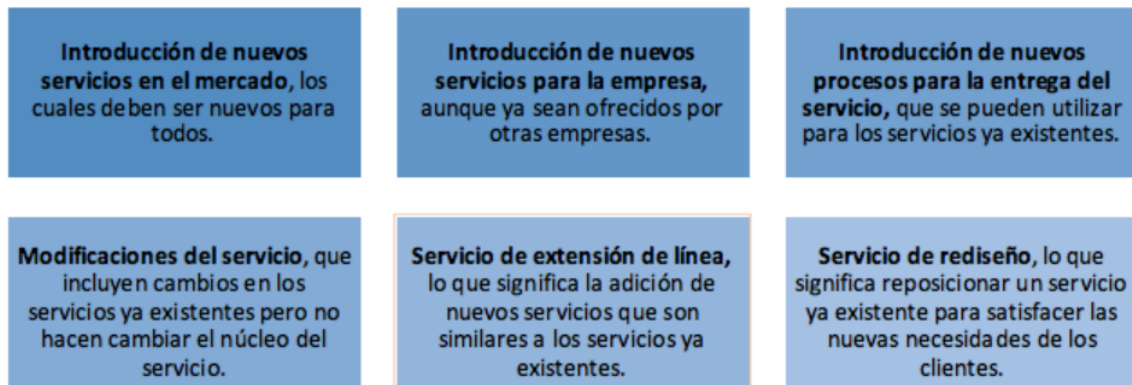


Figura 2. Innovación turística
Fuente: (Velázquez y Flores, 2017)

2.4 Desarrollo turístico

Según lo expuesto por Crosby y Moreda, (1996) el desarrollo turístico no es más que: “... bajo el concepto lógico de un entorno que progresivamente evoluciona hacia la forma de destino turístico, en el que elementos y factores no turísticos pueden tener el mismo peso específico que los plenamente turísticos” (pág. 6) y se sintetiza en lo expresado en la **Figura 3**:

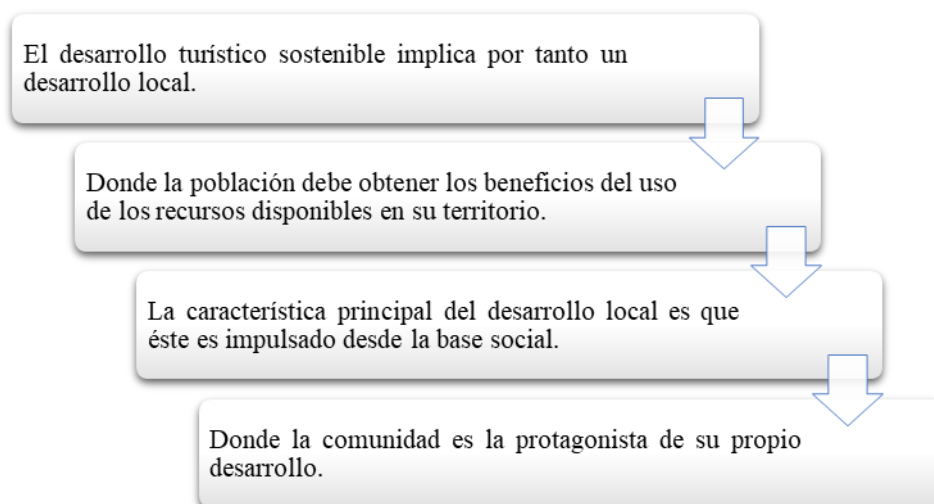


Figura 3. Desarrollo Turístico
Fuente: (Monge y Yagüe, 2016)

Por otra parte, y de acuerdo a lo manifestado por Jiménez e Higón (2003) desde el ámbito del desarrollo sostenible, concibe al turismo como “Un proceso dinámico abierto a las innovaciones, adaptativo a las transformaciones estructurales, potenciador de ingenio

humano y comprometido con la evolución de la vida, en el contexto de un sistema global, multidimensional y complejo” (pp. 15).

Se resalta lo expresado por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2014) que indica que un Plan de Desarrollo Turístico: “es una herramienta que brinda los lineamientos generales para la gestión turística de un determinado territorio, y que orienta las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible e inclusivo” (pp. 7).

En este contexto el IICA en su publicación “Guía para la Formulación de Planes de Desarrollo Turístico en Territorios Rurales” (2014), plantea como elaborar mediante fases un plan de desarrollo turístico para un territorio-PDPT, mismo que se muestra en la **Figura 4**:



Figura 4. Fases de la metodología para la formulación del PDPT
Fuente: (IICA, 2014)

2.5 Los productos turísticos y su aporte al desarrollo local

Es preciso mencionar que los productos turísticos se pueden determinar de acuerdo al lugar en el cual se desarrolla la actividad turística, puesto que se requiere identificar en primera instancia las facilidades que se debe brindar al turista versus la capacidad que posee el lugar para lograr este propósito, por otra parte como se menciona en la investigación del libro Marketing Turístico “los productos turísticos cuentan con ventajas derivadas de factores externos al propio sistema de la empresa y que le proporcionan valor añadido; estas son ventajas de localización” (Publicaciones Vértice, 2008, pp. 43).

Según el estudio realizado por Morillo (2011) sobre el *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*, se resalta la conceptualización de diferentes autores (**Tabla 2**) para entender de forma más amplia el concepto de producto turístico, de la forma siguiente:

Tabla 2

Conceptos del producto turístico

Autor	Concepto
Medlik y Middleton (2004)	El producto turístico desde el punto de vista del cliente son todos los complejos servicios que el turista recibe (alojamiento, recreación, transporte y restaurantes).
Ramírez, C. (2006)	Al concepto de producto turístico Medlik y Middleton le adiciona los atractivos y recursos humanos.
Boullón (2003)	El producto turístico es algo más complejo y está conformado por toda la oferta turística, integrada, a su vez, por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos

Fuente: (Morillo, 2011)

Es decir, el producto es consistente con la oferta turística puesto que constituye todos los bienes y servicios a disposición del turista, por un precio y en un período dado; dichas condiciones determinan las características de transitoriedad que posee un producto turístico por lo cual se ve imposible almacenarlo.

A continuación, se muestra en la **Figura 5** los componentes de un producto turístico para ampliar la información y dar una visión más clara sobre su definición:

PRODUCTO TURÍSTICO (ELEM. TANGIBLES)	PRODUCTO TURÍSTICO (ELEM. INTANGIBLES)
1. MATERIA PRIMA DEL PRODUCTO A. Bienes materiales B. Recursos humanos empresa	1. SERVICIOS A. Básicos B. De apoyo
2. RECURSOS TURÍSTICOS DEL ENTORNO A. Naturales, culturales e históricos B. Otros (act. Recreativas, acontecimientos...)	2. GESTIÓN RECURSOS DE LA EMPRESA A. Procesos producción Producto Turístico B. Recursos humanos C. Elementos físicos
3. INFRAESTRUCTURAS BÁSICAS DEL ENTORNO A. Públicas (Red aguas, hospitales...) B. Privadas (Terminales transporte...)	3. IMAGEN DE MARCA A. Percepción del cliente turístico B. Producto global + Acciones comunicativas
4. ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS A. Bares, Restaurantes... B. Instalaciones deportivas y de Divertimento	

Figura 5. Componentes del producto turístico

Fuente: (Ugarte, 2007)

A decir de Trauer (2006) citado por Morillo (2011) refieren al producto turístico “como un sistema interdisciplinario donde la demanda turística es un elemento importante dentro de un nivel macro en el que confluyen un sistema global, un sistema de oferta y un sistema de demanda” (pág. 153).

Es decir, funciona de forma triangular en el cual se desarrolla la oferta, la demanda y la producción del sector turístico como se indica a continuación en la **Figura 6**:

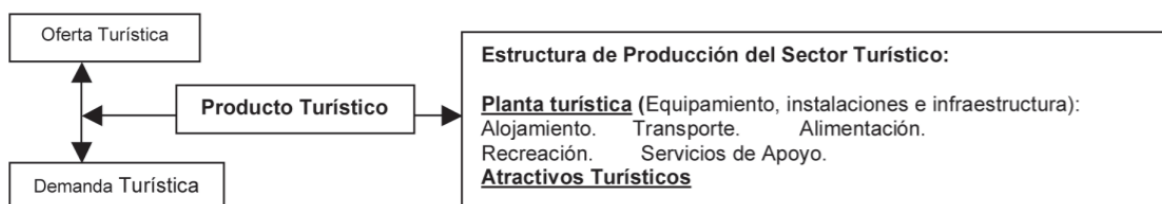


Figura 6. Estructura de producción del Sistema turístico
Fuente: (Morillo, 2011 quien cita a Boullón, 2003 y Gurría, 2004)

Es así, que el principal aporte que los productos turísticos generan en el desarrollo local es la dinamización económica en el sector, por ello es necesario crear productos turísticos innovadores que motiven la visita en el cantón.

El mercado turístico, demanda una gran cantidad de información, principalmente considerando a los viajeros independientes. Todos los que viajan necesitan un mínimo de información acerca del lugar a ser visitado para poder planear y elegir, sobre todo considerando la tendencia a hacer viajes más independientes (Mendez, Biz y Gandara, 2012).

En la actualidad la actividad turística del cantón Cevallos se ve reflejada en una ruta turística la cual involucra a la población más cercana y de ese modo genera trabajo y bienestar para sus habitantes, ya que perciben un ingreso económico en sus hogares. Esto genera una dinamización en la economía local, a cambio de ello los turistas adquieren conocimientos y se llevan la satisfacción de conocer atractivos naturales, culturas ancestrales y gastronómicas (Tren Ecuador, 2016).

CAPÍTULO III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 Localización

La investigación se desarrolló en el cantón Cevallos (**Figura 7**), el cual se encuentra ubicado a 14 km hacia el sur oriente del cantón Ambato cuenta con una extensión de 18.5km², su altitud es de 2982 msnm, cuenta con una temperatura de 13° a 17° centígrados, con una población de 9.936 habitantes según el estudio de Proyección de la Población Ecuatoriana, según cantones 2010-2020 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2017).

Los límites del cantón Cevallos comprenden los siguientes, de acuerdo con la información recabada del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cevallos (PDOT, 2015):

- Al Norte:** El cantón Ambato
- Al Sur:** Los cantones Mocha y Quero
- Al Este:** El cantón Pelileo
- Al Oeste:** Los cantones Tisaleo y Mocha

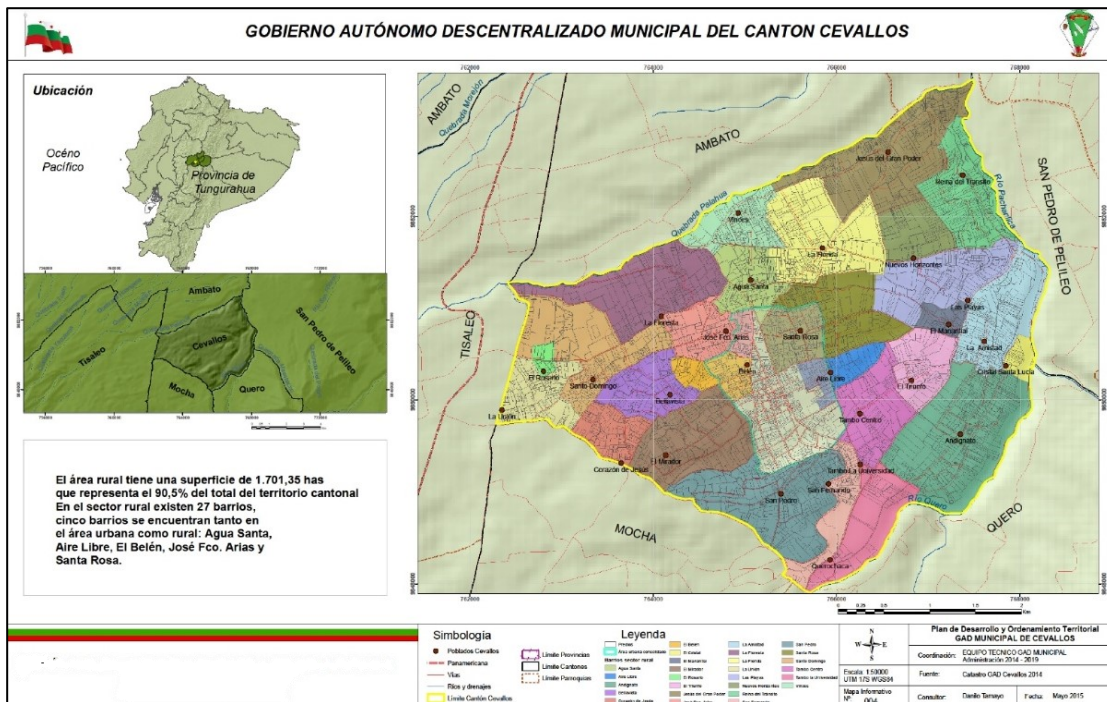


Figura 7. Mapa del Político del Cantón Cevallos
Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Cevallos, 2015)

3.2 Tipo de investigación

La investigación posee un enfoque mixto, puesto que conforme lo determina Hernández, Fernández y Baptista (2014), resaltan que “Las etapas en las que suelen integrarse los enfoques cuantitativo y cualitativo son fundamentalmente: el planteamiento del problema, el diseño de investigación, el muestreo, la recolección de los datos, los procedimientos de análisis y/o interpretación de los datos” (pp. 540).

Se empleó la investigación descriptiva, misma que a decir de Merino (2015) resalta que ésta “permite describir las características de una población o del tema a estudiar e intenta dar respuesta a interrogantes como quién, qué, dónde, cuándo y cómo” (pág. 34). Es así que se recogerá información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para una posterior interpretación (SINNAPS, 2018).

El presente trabajo será abordado en tres fases, cada fase corresponde a cada uno de los objetivos de investigación:

Fase 1: Diagnóstico del territorio

Fase 2: Análisis de variables “innovación de productos turísticos” y “desarrollo local”

Fase 3: Planeamiento estratégico y operativo

Primera fase “**Diagnóstico de la situación actual**”, se identifica la problemática local, características del entorno, potencialidades, actores, iniciativas de turismo, atractivos y demás aspectos relevantes relacionados con el turismo.

Segunda fase “**Análisis de las variables, innovación de productos turísticos y desarrollo local**” se analiza la relación existente entre las variables en estudio, para lo cual se aplica una encuesta validada previamente por especialistas. Para el análisis de la información de las encuestas se utiliza la prueba estadística Chi-Cuadrado, ya que es una prueba de hipótesis que determina si dos variables están relacionadas o no (Rivera, 2018). Además, para la tabulación y el análisis de la información sobre oferta y demanda, se realiza a través del programa SPSS versión IBM SPSS Statistics 26.0 – 2019, cabe mencionar que de desarrollo la presentación de gráficos con porcentajes de los resultados.

Tercera fase “**Planeamiento estratégico y operativo**”, se propone en base al diagnóstico y análisis de relación de las variables, objeto de estudio, las líneas y objetivos estratégicos que contenga proyectos y actividades para lograr la innovación de los productos turísticos existentes en la localidad en estudio.

3.3 Métodos de investigación

Para la investigación se han definido las herramientas metodológicas para la fase de Diagnóstico, Análisis de variables y Planeamiento estratégico y operativo.

A fin de dar cumplimiento al objetivo 1, que se refiere al Diagnóstico situacional de la actividad turística, luego de haber delimitado el cantón Cevallos, como área de estudio, y aplicando y acoplado los lineamientos de Ricaurte (2009) se desarrollan las siguientes actividades:

- **Revisión de información secundaria:** Se buscó y revisó información (bibliográfica, audiovisual) del lugar de estudio a través de sitios web, bibliotecas y archivos institucionales. Esta información permitió contextualizar el ámbito de estudio y tener la primera visión de la situación del territorio.
- **Levantamiento de información de campo:** Para esta fase se aplicó las fichas propuestas por Ricaurte (2009). La **ficha diagnóstico turístico** recopilará datos generales, oferta de servicios, infraestructura de servicios básicos. La **ficha caracterización de la demanda** recopiló periodicidad y frecuencia de la visita, forma de viaje, origen de la demanda, motivos de visita y tiempos de estadía.

Para dar cumplimiento al objetivo 2, en donde se analiza la relación de las variables innovación de productos turísticos y desarrollo local, se diseñó una encuesta que previamente fue validada por expertos en metodología de la investigación y posteriormente se aplicó a los actores turísticos del cantón Cevallos, bajo los siguientes aspectos:

- **Encuestas:** Son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas (QuestionPro, 2018). En base a este contexto se diseñó y aplicó una encuesta para recopilar información sobre datos generales (edad, género, nivel de instrucción), elementos importantes para el diagnóstico situacional turístico y directrices para el Planeamiento estratégico y

operativo que permita en lo posterior analizar la relación que existe en las variables, objeto de estudio, siendo la valoración realizada de acuerdo a una escala de Likert que conduzca a comprobar la hipótesis planteada.

A fin de validar la encuesta se tomó en cuenta el criterio del colaborador científico y posteriormente teniendo de referencia el 5% de la muestra identificada en la población objeto de estudio, se procedió con la aplicación del cuestionario una vez aplicadas las observaciones formuladas en el proceso de validación a una muestra con características similares, demostrándose su pertinencia de aplicación, conforme resultados de validación que se sintetizan en el **Anexo 6** que recoge dicha información con sus respectivas firmas.

Para el cumplimiento del objetivo 3, donde se estructuró el **planeamiento estratégico y operativo** para la innovación de productos turísticos, inicia con el análisis de la Metodología ICCA y la del Modelo de gestión de destinos inteligentes, que permita contar con elementos suficientes para la realización de la matriz de análisis de factores internos y externos (MEFI y MEFE) que concluyan con el diseño de la matriz FODA:

- **FODA:** Es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa (Riquelme, 2018). A través de un taller con los actores locales relacionados con el desarrollo turístico del cantón Cevallos, se aplicó dicha herramienta.

La realización de esta matriz permitió tener información suficiente para delinear los objetivos y líneas estratégicas a desarrollar e implementar en el territorio por medio de la propuesta de proyectos y actividades.

3.4 Tratamientos de datos

La investigación se basa en la técnica de la observación, aunque se usa métodos distintos mediante su marco metodológico y en la recopilación de datos se centra en la técnica de la observación además del éxito o fracaso del estudio que depende de cual se emplee, de acuerdo a lo expuesto por (Rojas, 2015) sobre la metodología descriptiva observacional “Exhibe el conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación de espacio y de tiempo dado. Aquí se observa y se registra, o se pregunta y se registra” (pág.7)

La investigación adquiere sentido con las técnicas de recolección de datos como menciona Lakatos en su estudio en el año 2011, por lo que estas permiten la validación y verificación del problema planteado, de acuerdo con el tipo de estudio a usarse se establece las técnicas a desarrollar fijando sus herramientas e instrumentos.

3.4.1 Técnica de comprobación de hipótesis

La Hipótesis de Investigación planteada fue:

- H1: La innovación de productos turísticos se relaciona con el desarrollo local del Cantón Cevallos

Para la comprobación de hipótesis se utilizaron dos preguntas que evalúan el nivel de acuerdo o desacuerdo sobre la importancia del Turismo para el Desarrollo Local del cantón y si es pertinente un cambio en el sistema turístico para promover la innovación:

Tabla 1. Preguntas para comprobación de hipótesis

Preguntas	SI	NO
¿Considera Ud. que el turismo promueve el desarrollo del cantón Cevallos?		
¿Considera Ud. emergente un cambio en el sector turístico del cantón Cevallos, que promueva innovar los productos turísticos?		

3.4.2 Población y muestra

En este caso la población para determinar el caso de estudio son los 9.936 habitantes según el estudio de Proyección de la Población Ecuatoriana, por años calendario, según cantones 2010-2020 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2017, de los cuales se tomó una muestra para generar la propuesta.

Para determinar la muestra de estudio se apoya en Aguilar-Barojas (2005) quien menciona que, para una población finita, que es cuando se conoce el total de unidades de observación que la integran se aplica la siguiente formula:

$$N = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

N = Tamaño de la población: 9.936

Z = Nivel de confiabilidad (95% $0,95/2 = 0,4750$ Z = 1,96)

e = Error muestral (típico 5 % =0,05)

p = Probabilidad de ocurrencia. (Típico 50% = 0,5)

q = Probabilidad de no ocurrencia $1-0,5 = 0,5$

n = Tamaño de la muestra

Aplicación

$$n = \frac{(9.936)(1.96^2)(0,5)(0,5)}{(0,05^2)(9.936 - 1) + (1,96^2)(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{9542,53}{24,83 + 0,96}$$

$$n = 370,00$$

De tal forma, que se encuestó a 370 personas, que son actores directos dentro de la investigación en la localidad.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultado 1. Diagnóstico situacional de la actividad turística del cantón Cevallos

En este apartado se indica el resultado obtenido conforme lo propuesto en el objetivo 1 el cual recoge información bibliográfica e información de campo. Debido a la falta de estudios publicados, el documento Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Cevallos, constituye la base de información para la caracterización del entorno, identificación de actores locales, oferta y demanda turística. El resto de información es el resultado de los datos de campo realizado en la presente investigación.

4.1. Caracterización del entorno

Área total de su territorio y uso de suelos

La superficie del cantón Cevallos es de 1879,35 hectáreas, es decir 8,79 Km² (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Cevallos, 2015), el uso de suelos actualmente como se menciona en el PDOT publicado el año 2015 “el 88,36% del territorio se usa en actividades agropecuarias, con aproximadamente 1660,50 has. El 9,47% del suelo corresponde a áreas urbanas con 178,0 has y apenas el 2,17% del territorio se utiliza en otras actividades como la forestal unas 40,85 has”(GADC,2015,pág. 56).

Condiciones climáticas

De acuerdo con el Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología (INAMI, 2002) a quien cita Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Cevallos, (2015) refiere que el clima que predomina en el cantón Cevallos es el clima Ecuatorial Meso térmico seco, se caracteriza por la pluviometría anual comprendida entre 500 y 750 mm, repartidos entre enero y abril. En este clima en verano es muy seco y la temperatura media promedio oscila entre los 12 a 20°C. En los meses de mayo y agosto disminuye la temperatura. Mientras que en los meses de octubre y noviembre la acción solar es fuerte.

Flora y fauna

De acuerdo con Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Cevallos (2015): “El cantón Cevallos se caracteriza por la presencia de valles interandinos, la vegetación corresponde al ecosistema montano seco interandino, en donde resaltan eucaliptos, y cultivos propios de la zona” (pp. 74), siendo las especies más representativas las que se resaltan en la **Tabla 3**:

Tabla 3. Flora

Flora/características	Cultivos y demás
El cantón Cevallos, posee un clima-temperado, en esta zona de vida se encuentra una variedad de cultivos de ciclo corto como:	Maíz (<i>Zea mays</i>), Papa (<i>Solanum tuberosum</i>), Arveja (<i>Pisum sativum</i>) y Frijol (<i>Vicia faba</i>), frutales como: Tomate de Árbol (<i>Solanum lycopersicum</i>), Durazno (<i>Prunus pérsica</i>), Manzana (<i>Pirus malus</i>), Claudia, Pera (<i>Pyrus communis</i>), Capulí (<i>Pyrus communis</i>), Limón (<i>Pyrus communis</i>) y Aguacate (<i>Persea americana</i>). Sobresalen bosques naturales de Eucalipto (<i>Eucalyptus</i>) y Pino (<i>Pinus radiata</i>) y; también se observan aisladamente algunas especies de: Sigse (<i>Cortadeira nitida</i>), Cabuya Negra (<i>Agave americano</i>), Alfalfa (<i>Medicago sativa</i>), Hierba Mora (<i>Solanum tuberosum</i>) y Paja (<i>Panicum prionitis</i>).
También se observó flores silvestres; para su identificación se las comparó con el Catálogo de “Flores Silvestres del Ecuador, Anhalzer J. - Lozano P. (2008)”. Bajo este análisis y en un rango de altura comprendido entre 1800 msnm hasta 2800 msnm, aproximadamente	“Flor Huicundo (<i>Tillandsia cf. clavigera</i>), (Flor Endémica) y <i>Flor Allpatauri</i> (<i>Lupinus pubescens</i>)”, que son especies polinizadas generalmente por Colibríes e insectos.

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Cevallos, 2015)

En cuanto a la fauna de acuerdo con Albuja, (2004) a quien cita Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Cevallos, (2015) se menciona que en el cantón existe vida silvestre en mínima cantidad, entre las aves se puede encontrar el mirlo (*Turdus fuscate*), tórtolas (*Columbina passerina*), colibrí (*Archilochus colubris*). Los reptiles comunes son las lagartijas (*Proctoporus unicolor*) y las ranas o sapos (*Bufo bufo*). Los mamíferos comunes son el conejo (*Sylbyllgus brasiliensis*), y el ratón (*Cricetidae*). Entre los insectos que con comunidad que se observan son

hormigas (*Lasius sp.*), arañas (*Latrodectus mactans*), moscas (*musca doméstica*), saltamontes (*Tettigonia viridíssima*), y libélulas (*Gomphus vulgatíssimus*).

4.2. Oferta turística

La oferta turística de la localidad se caracteriza por la presencia de servicios de alimentación, información turística (guías turísticas, agencias de viajes), transporte, infraestructura básica, actividades recreativas y entidades dedicadas a la promoción de la oferta, las cuales se detallan a continuación:

Tabla 4. Actores turísticos del cantón Cevallos

NOMBRE ESTABLECIMIENTO	UBICACIÓN	PRODUCTOS O SERVICIOS	CONTACTO
Hornados Doña Rosita	Barrio González Suárez, Av. González Suárez y 13 de Mayo.	Preparación de hornado y otros platos típicos de la zona.	Sra. Rosa Villacís
Paradero Las Rosas	Caserío Agua Santa vía a Cevallos	comida típica y una variedad de carnes a la brasa	Sra. Rosa Villalva
Quinta Anita María Restaurante El Gran Conejo	Caserío Santo Domingo de Cevallos en el Óvalo Lozada.	áreas recreacionales y preparación de papas con conejo y cuy	Lcda. Mérida Porras
Fritada Santa Rosa	Barrio Santa Rosa, frente a las canchas.	Gastronomía típica como fritada, caldo de gallina y yahuarlocro.	Sra. Rosa Pérez
Asadero Súper Cuy	Calle 13 de mayo y González Suárez frente al coliseo.	Cuy y conejo asado	Asociación Agua Santa Sra. Ximena Sánchez (administradora)
Picantería El Cajón	Francisco Arias y González Suarez a 100 m del Parque de la Madre.	Gastronomía típica: fritada, yahuarlocro, caldo de pata, caldo de gallina criolla, entre otros.	Sr. Walter Mantilla
Fábrica de Calzado Gus-mar	Fábrica y punto de venta 1: Calle González Suárez y 13 de Mayo. Punto de venta 2: Junto al parqueadero del coliseo	Acceso a la planta de producción y a los puntos de venta de calzado cómodo y elegante para hombre y mujer	Sr. Gustavo Martínez

Fábrica Calzado Joshep's Marc	Calle González Suárez y 13 de mayo.	Visitas a la fábrica para conocer la elaboración del calzado paso a paso. Calzado para dama y caballero	Sra. Sonia Sulca
Taller de Calzado Luifers	Junto al coliseo	Calzado de calidad, casual y deportivo.	Sra. Lorena López
Asociación Unicalza	Av. 13 de Mayo y González Suarez (esquina).	Calzado de calidad y variedad en diferentes modelos en cuero, sintéticos y en tela.	Sr. Lizandro López
Asociación Aprocalza	Calle 13 de Mayo y González Suarez.	Calzado con variedad, calidad y garantía, con tecnología italiana.	Sr. Nelson Aldaz
Calzafince	Av. 13 de Mayo y González Suarez (bajos del Coliseo).	Calzado de calidad y variedad en diferentes modelos en cuero, sintéticos y en tela.	Sr. Ernesto Paredes/Sr. Jorge Luis Barrios
Dulcifresa	Fábrica y cultivos: Barrio Primero de Mayo calle España y Callejón. Punto de venta: exterior del coliseo.	Fresas con crema y chocolate, mermeladas artesanales más de 25 sabores diferentes.	Ing. Maribel Valle, Sr. Benito Zambrano, Sr. Daniel Valle
Huerto Merceditas	Sector de San Pedro de Cevallos, Pasaje San Vicente.	cultivo de frutas, hortalizas y legumbres	Sra. Magdalena Núñez
Huerto Corazón de Jesús	Barrio Corazón de Jesús vía a Yanahurco.	Compra y cosecha de frutas como: manzana, claudias y durazno.	Sr. Avelino Ramírez
Caramelo Artesanal Don Manuelito	Av. 24 de Mayo y Juan Abel Guevara.	Elaboración de caramelos artesanales como rompe muelas, colaciones, chocolatines, maní de dulce, chupetes, paletas	Sr. Manuel Condo
Estación del Tren	Calle 29 de Abril y España.	Información turística, muestra histórica y fotográfica del tren	Área de Turismo GADM de Cevallos
Café del tren	Calle 29 de Abril y España en la Estación del tren (Barrio Ferroviario).	Variedad gastronómica.	Sra. Rosa Villacís
Centro de Acopio	Barrio Primero de Mayo.	Gastronomía típica de Cevallos	

Paradero Huerto Limpio	Barrio Corazón de Jesús, vía a Yanahurco	Procesos de agricultura limpia y gastronomía en base a trucha o tilapia fresca, áreas verdes.	Sr. Hugo Tustón
Vivero Alli Maki	Vivero: barrio Tambo Centro. Punto de venta: exteriores del coliseo.	Plantas ornamentales, frutales, forestales, jardines, abonos orgánicos, humus, tierra negra, insumos de jardín y huertos.	Sra. Fani Sánchez - Sr. Gonzalo Guerra
Rey Hotel Cevallos	centro de Cevallos, av. 24 de Mayo, a media cuadra del parque Central	Hospedaje	Sr. Hector Yucailla
Centro Recreacional Sindicato de Choferes Profesionales de Cevallos	Barrio Santa Rosa. Calle Los Pinos y Pedro Fermín Cevallos	Piscinas, canchas de uso múltiple, hospedaje, comida rápida y comida típica.	
Paradero Yasuní	barrio Santa Rosa, vía a la Florida	Gastronomía en base a tilapia frita y asada, maito, cuy y conejo asado, encebollados.	Sr. Roberth Villacís - Sra. Mayra Fuentes
Hostería La Bonita	Barrio Andignato, calle Delicias y Cerezas	Alojamiento, áreas de recreación, áreas húmedas, jardines, canchas deportivas, gastronomía típica, salón de recepciones	Sra. Norma Morales
Complejo Turístico Descanso Real	Calle 24 de Mayo y Corina Sánchez, barrio 24 de Mayo	Gastronomía típica, recreación, áreas húmedas, canchas de uso múltiple.	Sra. Miriam Pazmiño
Restaurante A Comer con Rumba	Av. Fermín Cevallos y calle Oriente	Comida costeña, parrilladas	Sr. Juan Burbano
Tren Turístico	Av. 13 de Mayo y González Suárez	Recorrido por huertos frutales y por el centro cantonal	Sr. Noé Valle - Sra. Ximena Villagómez
Hospedaje El Rincón de Juanito	Calle Felipa Real 001 y Juan Elías Bucheli	Hospedaje con baño privado, agua caliente e internet	Sr. Juan Pozo
Choco Tren	Calle 29 de Abril entre Línea Férrea y 24 de Mayo	Choco fresas, choco bananas, placas o cuadros de chocolate y placas de arroz personalizados, café lojano, chocolate ambateño, paletas de chocolate, trufas,	Sra. Rosario Núñez

bombones rellenos,
helados, morocho,
quimbolitos, tamales.

Parque de la Madre	Calles González Suárez y Av. 13 de Mayo, esquina
---------------------------	--

Mediante el cuestionario de encuesta le logró identificar la oferta enunciada, además de mantener contacto vía telefónica con los principales actores turísticos de la localidad para complementar los datos requeridos en este acápite.

Servicios de alimentación

Conforme consta en el catastro del Ministerio de Turismo y Ministerio de Gobierno, los establecimientos que brindan servicios de alimentos y bebidas en el Cantón Cevallos, son los siguientes contenidos en la **Tabla 5**:

Tabla 5. *Catastro de alimentos y bebidas*

Nº	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CLASIFICACIÓN	CATEGORIA	DIRECCIÓN
1	Diocelina	Restaurante	1 tenedor	13 de Mayo y Gonzales
2	Café del tren Cevallos	Cafetería	Cuarta	Oriente y España
3	La tokata	Bar	Tercera	24 de Mayo y Martínez
4	El gran conejo	Restaurante	Tercera	Ovalo Lozada
5	Paradero las rosas	Restaurante	Tercera	Panamericana
6	Hornados Doña Rosita	Restaurante	Tercera	Gonzáles Suárez y 13 de mayo
7	Eclipse	Restaurante	Tercera	Oriente y 24 de Mayo
8	Picantería el Cajón	Restaurante	Tercera	Francisco Arias y González Suarez
9	La Bonita	Hostería	Segunda	Cerezas y Delicias
10	Asadero súper cuy	Restaurante	Tercera	Sector del coliseo
11	Space restaurant	Restaurante	Tercera	Av. 24 de mayo

12	Fritadas El cajón	Restaurante	Tercera	Calle Gonzales Suárez
13	Descanso real	Restaurante	Tercera	Av. 24 de mayo
14	Las Hortencias	Restaurante	Tercera	Caserío santo domingo
15	Quinta la florida	Restaurante	Tercera	Vía la florida
16	La Dolorosa	Restaurante	Tercera	Sector Santa Ana
17	Asadero Doña Nachito	Restaurante	Tercera	Barrio ferroviario

Fuente: (Donoso, 2019; Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Cevallos, 2019)

Servicios de alojamiento

El catastro del Ministerio de Turismo indica que los siguientes establecimientos de alojamiento se encuentran legalmente funcionando en el Cantón Cevallos (**Tabla 6**):

Tabla 6. *Catastro de alojamientos*

Nº	NOMBRE	CLASIFICACIÓN	CATEGORIA	DIRECCIÓN
1	La bonita	Hostería	Segunda	Cerezas y Delicias
2	Hotel Cevallos	Hotel	Segunda	Los pinos y Cevallos
3	Hotel Rincón de Juanito	Hotel	Tercera	Felipa Real y Juan Bucheli

Fuente: (Donoso, 2019; Gobierno Autonomo Descentralizado del cantón Cevallos, 2019)

Transporte

De acuerdo con información facilitada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Cevallos (2019), se resalta que existen dos empresas de transporte en el lugar:

- Cooperativa de Transporte Cevallos-Quero
- Cooperativa de camionetas 29 de abril

Cabe señalar que hasta el año 2019 Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública, operó como transporte turístico con un recorrido en la ruta Ambato-Mocha-Urbina-Cevallos-Ambato.

Servicios de apoyo

Como servicios de apoyo se resaltan los sitios de visita turística que promueven actividades recreativas, las cuales en el cantón Cevallos son las siguientes (Tabla 7):

Tabla 7. *Servicios de apoyo*

Nº	NOMBRE	UBICACIÓN
1	Energym Fitness Club	Av. 13 de mayo y los Alisos
2	Complejo Turístico Descanso Real	21 de Mayo y Corina Sánchez
3	Complejo del Sindicato de Choferes	20 de Mayo y Juan Guevara
4	Mercado municipal de artesanías	Av. 24 de Mayo y oriente
5	Quinta estación	Felipa Real cerca a estación del tren

Fuente: (Donoso, 2019; Gobierno Autonomo Descentralizado del cantón Cevallos, 2019)

Atractivos Turísticos

La revisión de literatura consultada en instituciones de la localidad, así como de medios electrónicos disponibles en línea, ha permitido identificar los siguientes escenarios como parte de la oferta de atractivos turísticos a visitar en el cantón Cevallos:

Tabla 8. *Atractivos turísticos*

Nº	Nombre del atractivo	Sub tipo	Jerarquía de Atractivos Turísticos	Descripción
1	Casa museo	Museo histórico	II	Representa un valor histórico cultural para la población local, debido a que posee hitos históricos de trascendencia cultural, sin embargo, no tiene relevancia para fomentar un turismo receptor.
2	Estación del ferrocarril	Arquitectura civil	II	Es una estación antigua que contiene mucha historia, representa desde sus inicios una nueva etapa para el cantón ya que fue el primer medio de transporte, se encuentra conservado y apto para recibir turistas.
3	El molino	Obras técnicas	I	Es un elemento de gran trascendencia histórica, sin embargo, se encuentra en deterioro por falta de mantenimiento, por tanto, no está apto para recibir turistas.

4	Vivienda tradicional	Arquitectura civil		I	Es una escultura en homenaje a la madre, se encuentra en medio de un parque de diversiones, por tanto, se encuentra en deterioro y no está apta para turistas.
5	Monumento de la madre	Escultura		I	Es una escultura en homenaje a la madre, se encuentra en medio de un parque de diversiones, por tanto, se encuentra en deterioro y no está apta para turistas.
6	Monumento ferroviario	Escultura		I	Es una representación histórica del valor del trabajo de los ferrocarrileros de tiempos pasados, se conserva en buen estado, sin embargo, no tiene relevancia para fomentar un turismo receptor.
7	Iglesia Central	Arquitectura religiosa		I	Es una construcción antigua, que representa un gran valor religioso para la comunidad, se encuentra en funcionamiento y recibe feligreses todos los días, pero aún no está catalogado como un atractivo potencial.
8	Monumento Pedro F. Cevallos	Escultura		I	Se encuentra en el parque central, se encuentra en funcionamiento, está conservado, pero no es un atractivo potencial.
9	Cascada de Jun	Cascada		I	Es un atractivo natural, que se encuentra deteriorado, por tanto, no presenta las condiciones básicas para la generación de productos turísticos.
10	Pared de piedra de Jun	Escarpa de falla		I	Es parte de la cascada, es una desnivelación topográfica natural, se encuentra en buenas condiciones, pero su alrededor en deterioro, por consecuencia, no está apto para un turismo receptivo.
11	Los pogyos	Manantial o fuente		I	Es una fuente natural de agua mineral, que se encuentra en la zona rural, se encuentra en deterioro, y no está apta para recibir turistas en gran afluencia.
12	Humedal de los pogyos	Humedal		I	Es una zona de tierra plana, que generalmente se inunda y posee una variedad de flora, pero no es un atractivo relevante.
13	Mirador del caserío de San Pedro	Infraestructura cultural		II	Es una construcción prácticamente nueva, hecha por el hombre, desde donde se puede observar toda la cabecera cantonal y presenta las condiciones básicas para generar productos turísticos.
14	Monumento al artesano	Monumento		I	Representación del trabajo arduo de la mayoría de pobladores, ya que el cantón es conocido por sus artesanos fabricantes de calzado, se encuentra en funcionamiento, pero no es un atractivo relevante para el turista.
15	Caramelo artesanal	Artesanías arte	y	II	Es una tradición de un poblador del cantón, contiene mucha historia, es un producto capaz de atraer a visitantes que lleguen a la zona.
16	Producción de calzado	Artesanías arte	y	III	Es el principal atractivo de varios visitantes, presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos enfocados al mercado nacional e internacional.
17	Dulcifresa	Artesanías arte	y	II	Es un emprendimiento local de elaboración de mermeladas artesanales, es un atractivo para los visitantes y puede llegar a potenciar el turismo.
18	Vivero Maki	Alli Centros agropecuarios		I	Posee una variedad de plantas y árboles, pero no posee características especiales que puedan llamar la atención de los visitantes de la zona.

19	Granja turística Ebenezer	Agro	Centros agropecuarios	I	Conserva una gran variedad de flora y fauna propia de la zona, pero le falta infraestructura para el turismo receptor.
20	Fiestas honor a Pedro Cevallos	en San de	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	II	Son fiestas populares que se celebran cada año, atraen a varios visitantes de lugares aledaños, es un producto capaz de atraer a turistas nacionales.

Fuente: (Donoso, 2019; Gobierno Autonomo Descentralizado del cantón Cevallos, 2019)

El Ministerio de Turismo con el propósito de homologar los procesos de inventarios turísticos en el país, planteó la “Metodología para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos en el Ecuador Versión octubre 2017”, en donde estableció los lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos con mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos (MINTUR, 2017, pp. 15).

En la referida metodología se clasifica a los atractivos en dos categorías: sitios naturales y manifestaciones culturales; ambas categorías agrupan a tipos y subtipos, que luego de la jerarquización realizada de forma automática, sobre la base de los criterios que la misma establece permite a través de la asignación de un factor de ponderación de cada criterio sobre un total de 100 puntos, luego de lo cual se cuenta con jerarquías de I a IV, que para el presente caso, se cuenta con un total de 20 atractivos (**Figura (8)**), de los cuales 15 son manifestaciones culturales y 5 son sitios naturales, jerarquizados trece con jerarquía I, seis con jerarquía II y tan solo uno con I, esto significa que los sitios disponen de las siguientes condiciones para un aprovechamiento en el ámbito turístico:

Jerarquía I: Atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.

Jerarquía II: Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales.

Jerarquía III: Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por su solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros y

presenta las condiciones adecuadas para el desarrollo de productos turísticos enfocados al mercado nacional e internacional.

Por tanto, a decir de la autora, un inventario constituye la base para impulsar un modelo de desarrollo turístico en una localidad, es preciso potenciar los escenarios ubicados en la jerarquía II y III, lo cual permitirá el desarrollo o el impulso del turismo en el cantón Cevallos.



Figura 8. Mapa Turístico del cantón Cevallos
Fuente: (Vive Tungurahua, s.f. a quien cita GoRaymi, 2019)

4.3. Demanda turística

En cuanto a la demanda turística, se recopiló datos referenciales sobre las pernoctaciones registradas en establecimientos de alojamiento en el cantón Cevallos, durante el año 2018 (**Tabla 9**), no fue posible contar con datos del último año; la información corresponde a un estudio realizado por el Ministerio de Turismo en el marco del proyecto de ciudades mágicas (Donoso, 2019).

Tabla 9. *Demanda turística (pernoctaciones)*

N°	Origen	Pernoctaciones
1	Ambato	47.496
2	Mocha	20.025
3	Quito	10.327
4	Guayaquil	5.026
5	San Pedro de Pelileo	3.671
6	Riobamba	1.979
7	Pastaza	830
8	Quero	772
9	Cuenca	730
10	Latacunga	667

Fuente: (Donoso, 2019)

4.2. Resultado 2. Relación entre la innovación de productos turísticos con respecto al desarrollo local del cantón Cevallos.

En este apartado se indica el análisis realizado entre las dos variables definidas en el estudio: innovación de productos turísticos y desarrollo local, para lo cual, se empleó una encuesta con un cuestionario estructurado de 6 preguntas (**Anexo 7**) que fueron aplicadas a la muestra identificada entre los actores turísticos del cantón, de forma aleatoria simple, cuyos resultados se presentan a continuación:

En lo concerniente a datos demográficos, se detallan los resultados concernientes a la edad (**Figura 9**), el género (**Figura 10**) y el nivel de instrucción (**Figura 11**) de la muestra poblacional del cantón Cevallos encuestado, de la siguiente forma:

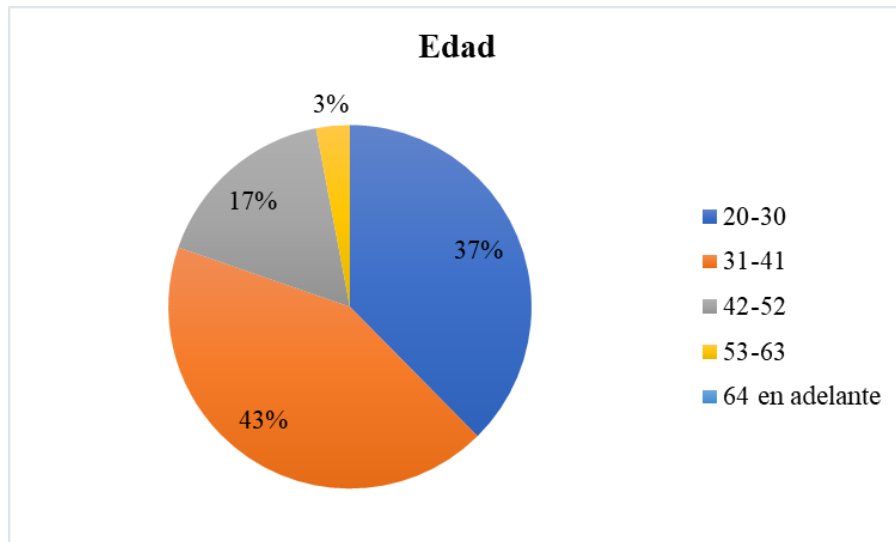


Figura 9. Edad

Análisis e Interpretación:

Se resalta la mayor participación de personas con edades que oscilan entre los 31 a 41 años de edad, que representan el 43%, lo cual probablemente puede ser por su interés con la investigación y las facilidades de acceso en línea para la respuesta a esta encuesta, seguido por el 37% que pertenece a las edades comprendidas entre los 20 a 30 años, lo cual conduce a determinar que esta población con estos rangos de edad muestra interés y deseo de participar en la innovación ,además de su agilidad en el uso de medios digitales, es necesario estimar el porqué de la poca recepción de respuestas comprendidas entre las edades de 42 años hasta los 63 años que representan el 20% de la población restante encuestada, además de la nula participación de personas de 64 años en adelante.

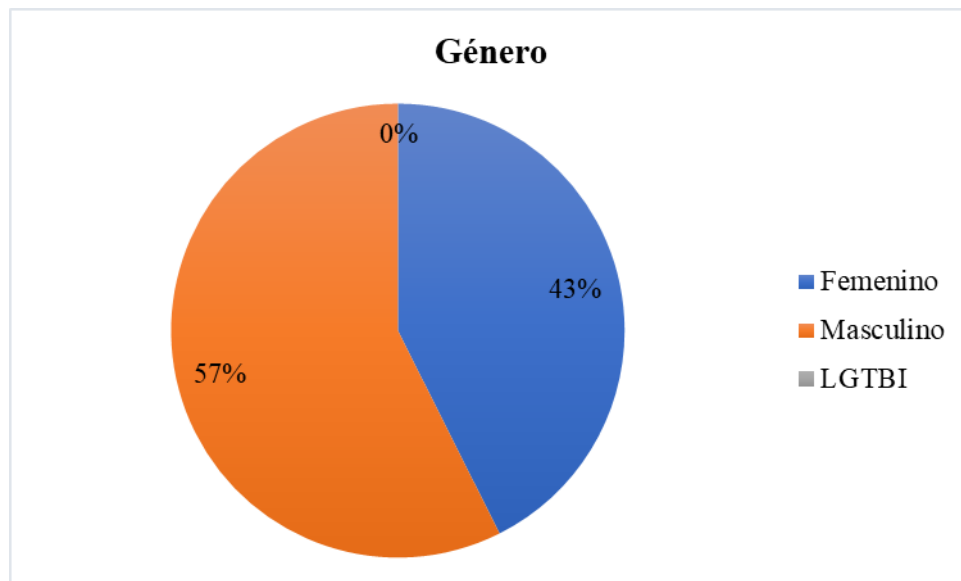


Figura 10. Género

Análisis e Interpretación:

Dados los resultados se puede aducir que la población con mayor acceso a medios digitales y redes de conexión de internet, combinado con la disposición de tiempo y comunicación en medio de la virtualidad son el género masculino con el 53% de los encuestados, frente a un 47% de mujeres, en el grupo de LGTBI no se contaron con respuestas. Es pertinente adicionar que este cuestionario no ha sido generado mediante ningún tipo discriminatorio, sino más considerándose las preferencias de género identificados y reconocidos en el país de forma oficial.

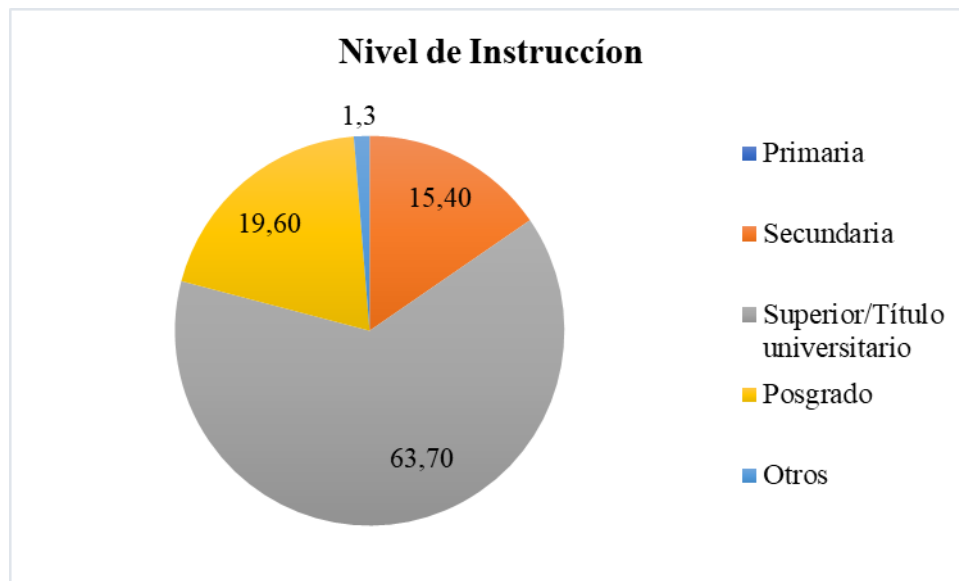


Figura 11. Nivel de Instrucción

Análisis e Interpretación:

De los datos obtenidos se resalta que la población encuestada del cantón Cevallos, posee un nivel de educación superior con título universitario, al menos así lo expresó el 63,7%, lo cual hace posible establecer medidas más técnicas para el desarrollo de la propuesta de innovar los productos turísticos que actualmente se ofertan en la localidad, ya que este grupo es mayoritario y si tiene una formación previa en educación superior, puede ser posible la implementación de estrategias que conduzcan al mejoramiento de la actividad turística y por ende el desarrollo del territorio. Se identificó una población importante con formación de posgrado, al menos el 19,6% lo expresaron, ratificándose la posibilidad de aplicación de la propuesta que se detallará más adelante (Resultado 3). No se puede dejar de lado al resto de la población encuestada, que cuenta con una instrucción secundaria (15,4%), puesto que su participación en la cadena de valor del turismo, representa de gran importancia.

A continuación, se detallan los resultados obtenidos en la tabulación de las 6 interrogantes planteadas, las cuales están enfocadas en el análisis planteado de las dos variables estudiadas: innovación de productos turísticos y desarrollo local del cantón Cevallos, que permita contar con

elementos suficientes para estructurar las líneas y objetivos estratégicos para promover el turismo en el cantón. Los resultados obtenidos se precisan a continuación:

Pregunta 1.

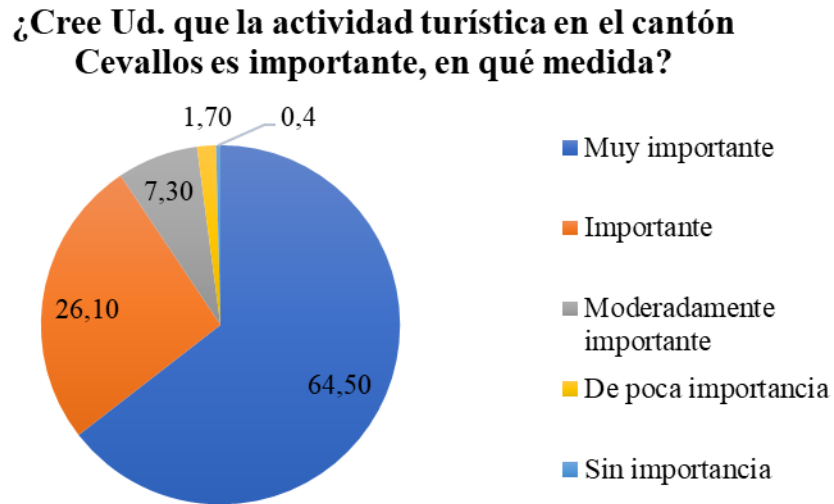


Figura 1. Nivel de importancia de la actividad turística

Análisis e Interpretación:

Es imprescindible recalcar que el 64,5% y 26,1% de la población encuestada (**Figura 12**) consideran que la actividad turística en el cantón Cevallos es muy importante e importante respectivamente, lo cual reitera el nivel de aceptación que el turismo tiene para sus pobladores; se resalta que tan solo el 9,4% de población encuestada considera que la actividad turística es moderadamente importante, de poca importancia y sin importancia en menores cantidades; con estos elementos se reafirma que la actividad turística es parte importante de la economía de la localidad, puesto que aporta significativamente en la economía local como un motor dinamizador.

Pregunta 2.

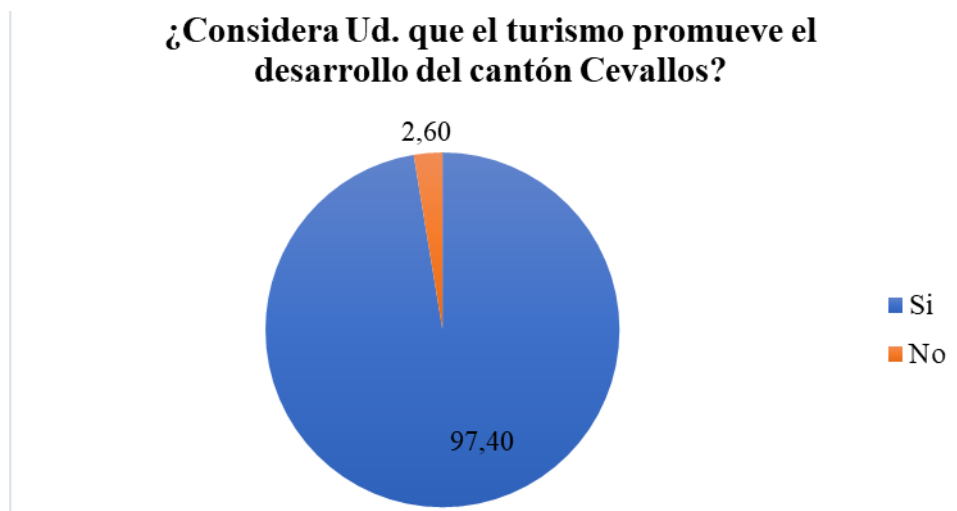


Figura 2. El turismo promueve el desarrollo del cantón

Análisis e Interpretación:

La mayor parte de la población encuestada afirma que el turismo es una actividad que promueve el desarrollo de la localidad, así lo expresó el 97,3% (**Figura 13**) de los encuestados, lo cual afirma el aporte de la presente investigación y reafirma lo expuesto en la interrogante 1.

Pregunta 3

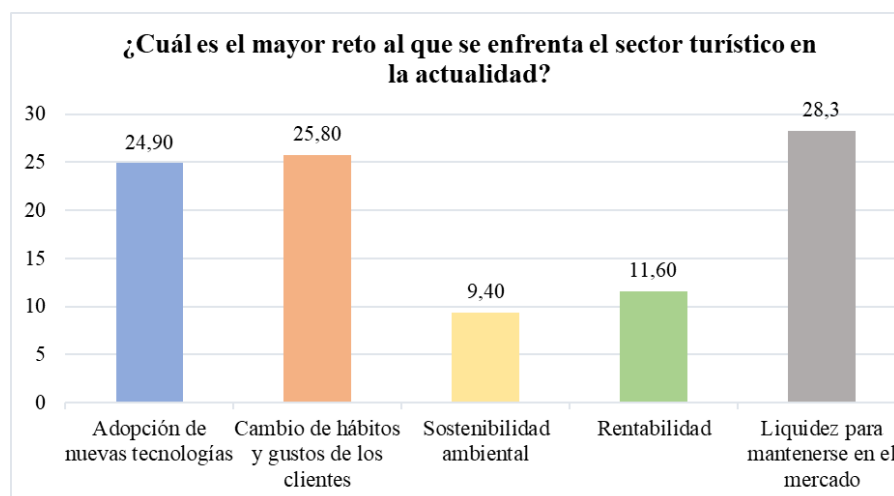


Figura 14. Mayor reto que enfrenta el sector turístico del cantón Cevallos

Análisis e Interpretación:

Al consultar sobre el mayor reto que enfrenta el sector turístico del cantón Cevallos, el 28,3% de la población encuestada (**Figura 14**) expresó que la afectación en su liquidez para mantenerse en el mercado, el 25,8% coincide en que el cambio de hábitos y gustos de los clientes desencadenan un reto para el turismo local en las condiciones actuales, a esto le sigue el 24,9% de la población que cree que la adopción de nuevas tecnologías juegan un papel importante para enfrentar las nuevas perspectivas que el turismo exige; este panorama se contrasta con lo expresado por el Observatorio Traveltech (2019) que planteó una encuesta para conocer el estado de la innovación turística propiciada por las tecnologías digitales en la cual menciona que el actual momento resulta importante que las empresas en todos los ámbitos impulsen mecanismos uso y adaptación a las tecnologías digitales.

Pregunta 4

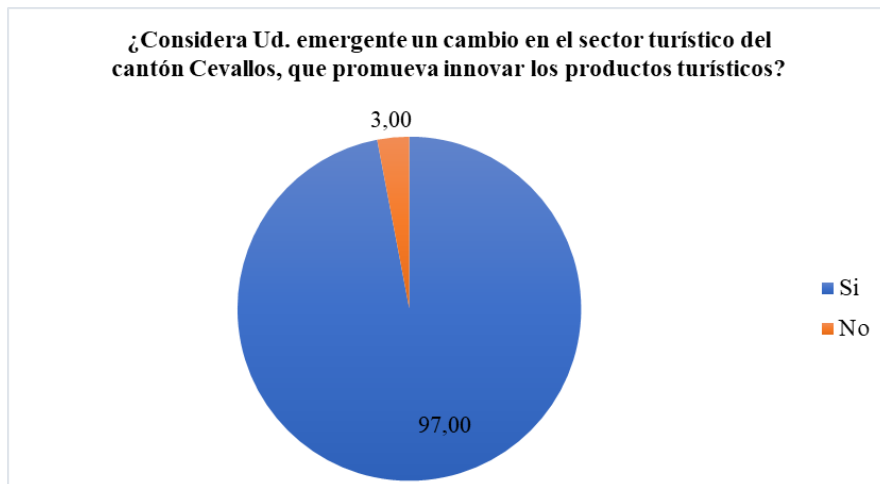


Figura 153. Es necesario cambios emergentes en el sector turístico

Análisis e Interpretación:

Al consultar sobre la necesidad de adaptarse a los nuevos cambios emergentes del sector turístico, gran parte de la población encuestada, al menos el 97% (**Figura 15**) expresó que si es necesario e imperante el realizar un cambio significativo dentro de las actividades turísticas que

ellos desarrollan, lo cual garantiza que la investigación es pertinente y cuenta con la aceptación de sus actores para impulsar su implementación.

Pregunta 5.

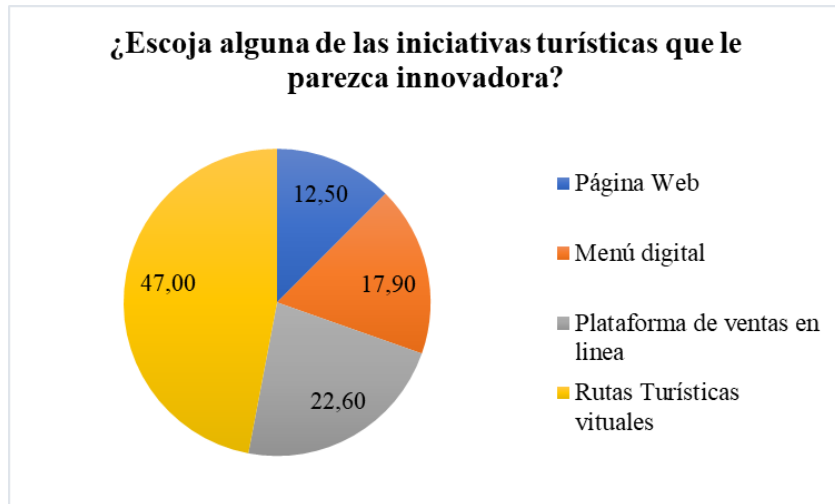


Figura 16. Iniciativas turísticas innovadoras para el cantón

Análisis e Interpretación:

La posición de la investigación dentro de esta interrogante consideró las posibles necesidades mediante el uso de nuevas tecnologías imprescindibles en esta época para brindar a los actores turísticos de la localidad, el uso de estas herramientas que desencadene la prestación de un servicio de calidad, a la cual se inclinaron en su mayoría por innovar sus productos turísticos con rutas virtuales el 47% (**Figura 16**) mientras que el 22,6% se motivó por el desarrollo de una plataforma de ventas en línea, lo cual es sustancialmente correcto puesto que el cantón Cevallos posee un segmento de mercado enfocado a la venta y comercialización de sus productos elaborados a base de cuero y demás productos elaborados y procesados en menor proporción como mermeladas y vinos. Señalaron que requieren de la creación de menús que estén disponibles de forma digital, dadas las actuales condiciones y las necesidades de la actual demanda en el sector de alimentos y bebidas, mientras que una pequeña parte se inclinó por la iniciativa de poseer una página web.

Pregunta 6

¿ Cree Ud. que en el cantón Cevallos se puede aplicar alguna innovación turística mediante un plan estratégico turístico?

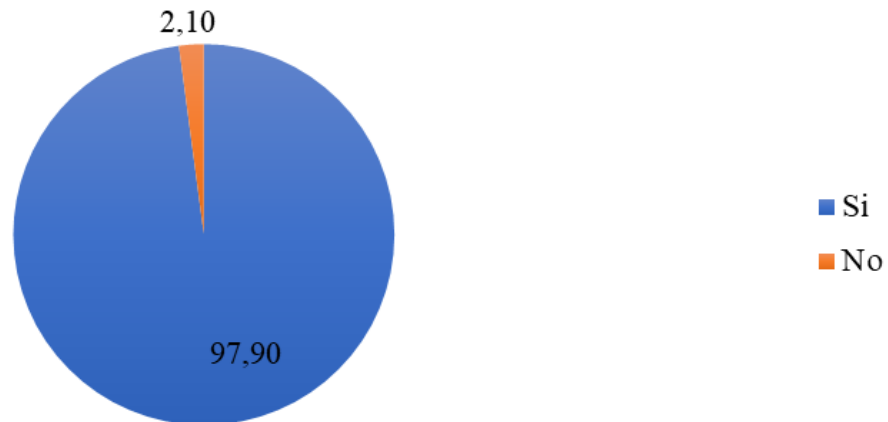


Figura 17. Aplicación de la innovación turística mediante un plan estratégico

Análisis e Interpretación:

En concordancia con las respuestas obtenidas por parte de la oferta y demás actores turísticos del cantón Cevallos es posible diseñar un plan estratégico para el sector turístico del cantón Cevallos, puesto que así lo confirmó el 97,9% de los encuestados (**Figura 17**), tan solo una minoría mencionó que no es indispensable, con el 2,1%, lo cual puede traducirse a que esta población tal vez no es beneficiada de forma directa con el turismo o desconoce las alternativas a las cuales puede acceder mediante esta propuesta.

En conclusión, se puede aseverar que el cantón Cevallos posee una infraestructura turística oportuna para el desarrollo de la actividad, desde el año 2010 con la presencia de ferrocarriles del Ecuador, entidad pública que permitió el avance socioeconómico de la población motivando el crecimiento de pequeñas y medianas empresas que hasta el momento se dedicaban a una actividad no alineada al turismo.

Para el año 2019 el GAD del cantón Cevallos, por medio de estudios en la localidad logró determinar las preferencias de los turistas que visitan esta localidad, encontrándose que únicamente

el 6% de los turistas encuestados pernocta en la ciudad, quienes acuden con la principal motivación de la degustación de comida típica, siendo lo más representativo el hornado y fritada, los principales motivos por los cuales los turistas visitan el cantón es para visitar a familiares y amigos, mientras que el rango de edad que más visita la localidad se ubica entre los 20 hasta 30 años de edad, siendo el gasto promedio por persona \$96 por permanencia.

Para analizar la relación entre la innovación de productos turísticos con respecto al desarrollo local se planteó el investigar cual es el mayor reto al que se enfrenta el sector turístico en la actualidad a lo que el 28,3% comentó que la liquidez para mantenerse en el mercado fue crucial y es posible que se requiera capacitar o educar a la población en medidas prácticas y eficientes de economía para que sepan cómo administrar de forma adecuada sus recursos, considerando un cambio emergente en el sector turístico del cantón Cevallos que promueva innovar sus productos turísticos, de lo cual se obtuvo un 97% de apoyo a esta postura.

Mientras que, para saber sobre la posibilidad de estructurar un planeamiento estratégico, operativo y de innovación en los productos turísticos del cantón se generó las siguientes interrogantes: ¿Se puede aplicar alguna innovación turística mediante un plan estratégico turístico? A lo cual la población encuestada respondió con un 97,9% que sí, junto con esto se planteó iniciativas de innovación en función de la investigación documentada y a los principales actores para medir sus necesidades en la actualidad y bajo su realidad, dando como resultado la creación de rutas turísticas virtuales con el 43% de aceptación y la adopción de una plataforma de ventas en línea, posterior a ello respondieron que también se hace necesario la creación de menús digitales, es decir, Cevallos tiene potencialidad y necesidades gastronómicas con un 17,9% de representación.

Fue necesario realizar la comprobación de hipótesis, para lo cual se hizo una prueba de homogeneidad chi cuadrado de cada una de las preguntas, con el objetivo de verificar si existe diferencia de las preguntas para cada categoría. La prueba se hace calculando las frecuencias esperadas y comparándolas con las frecuencias observadas, planteado como hipótesis que existe homogeneidad entre las preguntas y que no existe relación entre las preguntas y las categorías (Lind, Marchal y Watten 2011). Si la hipótesis es aceptada, se concluiría que no existe diferencia

entre las preguntas, así como, entre estas y las categorías de respuesta. En la Tabla 10 se muestran los resultados obtenidos (Frecuencias Observadas).

Tabla 10. *Frecuencias Observadas*

Preguntas	SI	NO
¿Considera Ud. que el turismo promueve el desarrollo del cantón Cevallos?	360	10
¿Considera Ud. emergente un cambio en el sector turístico del cantón Cevallos, que promueva innovar los productos turísticos?	359	11

Para calcular las frecuencias esperadas se utilizó la fórmula planteada por Lind, Marshall y Wathen (2011):

$$Frecuencia Esperada = \frac{(Total de Filas)(Total de Columnas)}{Gran Total}$$

La Tabla 11 muestra el cálculo de las frecuencias esperadas en cada categoría de cada pregunta, utilizando la fórmula ya mencionada.

Tabla 11. *Frecuencias Esperadas*

Pregunta	SI	NO
¿Considera Ud. que el turismo promueve el desarrollo del cantón Cevallos?	359.5	10.5
¿Considera Ud. emergente un cambio en el sector turístico del cantón Cevallos, que promueva innovar los productos turísticos?	359.5	10.5

El cálculo del estadístico de prueba chi cuadrado se realizó con la siguiente fórmula:

$$x^2 = \sum \left[\frac{(f_o - f_e)^2}{f_e} \right]$$

Donde: f_o es la frecuencia observada y f_e es la frecuencia esperada. Los grados de libertad se calcularon con la fórmula:

$$\text{Grados de Libertad} = \text{número de categorías} - 1$$

Al reemplazar los valores en la fórmula planteada se obtiene un estadístico de prueba chi cuadrado igual a: 0.049; por otro lado, los grados de libertad dan un valor igual a 1. Este valor obtenido debe compararse con el valor crítico de la prueba chi cuadrado con 1 grado de libertad y a un nivel de significancia de 0.05, el cual es igual a: 3.84.

Si el estadístico de prueba chi cuadrado es mayor que el valor crítico, se rechaza la hipótesis de homogeneidad entre las categorías de cada pregunta. En este caso se evidencia que 0.049 es menor que el valor crítico de 3.84 por lo que se **acepta la hipótesis de homogeneidad** de las preguntas, es decir que las dos permiten evaluar los aspectos relacionados a la hipótesis de investigación.

Además, al aceptar la hipótesis de homogeneidad, se evidencia que existe relación de las preguntas con las categorías de respuesta y dado que la gran mayoría responde afirmativamente a cada una, se puede aceptar la hipótesis de investigación; es decir, la innovación de productos turísticos se relaciona con el desarrollo local del cantón Cevallos.

4.3. Resultado 3. Estructuración del planeamiento estratégico y operativo para la innovación de productos turísticos del cantón Cevallos.

Dentro del cumplimiento del **objetivo 3** se estructuró el planteamiento estratégico y operativo con el fin de la innovación de productos turísticos mediante un trabajo en talleres participativos con los actores a fin de analizar una matriz FODA, para impartir estrategias y diseño operativo para desarrollar el producto turístico.

La Matriz FODA es una de las herramientas mediante las cuales se puede hacer un análisis medianamente amplio de la situación en la cual se encuentra un lugar, a continuación, se presenta la siguiente Figura en la cual se identifica los factores internos y externos del cantón Cevallos, de la misma forma se establece las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del mismo.

Tabla 8*MATRIZ MEFE*

FACTORES EXTERNOS CLAVES	PESO	VALOR		
		VALOR	PONDERADO	
OPORTUNIDADES				
Alto potencial para el desarrollo turístico	0,20	4	0,80	
Políticas de gobierno para fomentar emprendimiento	0,04	4	0,16	
Creciente interés del mercado Turístico	0,02	2	0,04	
Incentivo de programas nacionales para impulsar sitios de interés turístico y comercial	0,01	4	0,04	
Disminución de los índices de pobreza	0,05	2	0,10	
Alta influencia de vistas nacionales	0,10	3	0,30	
	0,42		1,44	
AMENAZAS				
La deforestación de maderas para fines comerciales que elimina considerables extensiones de bosques primarios	0,12	4	0,48	
Desastres naturales	0,02	2	0,04	
Desarrollo posicionado en otros destinos turísticos nacionales cercanos al lugar	0,20	4	0,80	
Falta de infraestructura turística	0,10	4	0,40	
Deterioro del mercado con productos introducidos	0,04	4	0,16	
	0,48		1,88	
TOTAL	0,90		3,32	
Calificación:	1= Malo	2= Regular	3= Bueno	4=

Excelente Análisis de evaluación de la Matriz MEFE:

De acuerdo a la matriz de evaluación de factores externos, y teniendo como resultado un total ponderado de 3,32; se llegó a la conclusión de que el cantón Cevallos tiene muchas oportunidades de abrirse paso a mercados nacionales. Aunque también existen algunas amenazas que pueden afectar el progreso de su dinamización turística.

Tabla 9*MATRIZ MEFI*

FACTORES INTERNOS CLAVES	PESO	VALOR	
		VALOR	PONDERADO
Fortalezas			
El cantón cuenta con el apoyo del HGPT para el desarrollo turístico	0,20	4	0,80
Cuenta con variedad de recursos naturales.	0,05	4	0,20
Tiene diversidad atractivos turísticos	0,05	4	0,20
Los habitantes conocen todos los espacios potenciales	0,02	4	0,08
Ubicación geográfica estratégica	0,05	4	0,20
Cuenta con vías de acceso en buen estado	0,03	3	0,09
Posee conectividad y comunicación	0,01	3	0,03
	0,41		1,60
Debilidades			
Escasa capacitación Turística	0,15	2	0,30
Limitada oferta de servicios turísticos	0,03	1	0,03
Carencia de promoción Turística	0,08	2	0,16
Desconocimiento del potencial turístico de la zona	0,09	2	0,18
Falta de apoyo interno para impulsar el desarrollo de actividades turísticas	0,12	2	0,24
	0,47		0,91
TOTAL	0,88		2,51

Análisis de evaluación de la Matriz MEFI:

De acuerdo a la matriz de evaluación de factores internos, y teniendo como resultado un total ponderado de 2,51; se llegó a la conclusión que el cantón Cevallos tiene suficiente potencial turístico para ser aprovechado turísticamente, mediante la innovación de productos turísticos.

Con estos elementos fue posible realizar un análisis de la Matriz FODA (**Tabla 13**), cuyos resultados se muestran a continuación:

Tabla 10

Matriz FODA

		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
FACTORES EXTERNOS	O1	Alto potencial para el desarrollo turístico	A1	La deforestación de maderas para fines comerciales que elimina considerables extensiones de bosques primarios	
	O2	Políticas de gobierno para fomentar emprendimiento	A2	Desastres naturales	
	O3	Creciente interés del mercado Turístico	A3	Desarrollo posicionado de otros destinos turísticos nacionales cercanos al lugar	
	O4	Incentivo de programas nacionales para impulsar sitios de interés turístico y comercial	A4	Falta de infraestructura turística	
	O5	Disminución de los índices de pobreza	A5	Deterioro del mercado con productos introducidos	
	O6	Alta influencia de vistas nacionales			
FACTORES INTERNOS					
Fortalezas.		Fortaleza- Oportunidad. FO.		Fortaleza- Amenaza. FA.	

F1	El cantón cuenta con el apoyo del HGPT para el desarrollo turístico	Potencialidad turística con variedad de recursos naturales (O1, O2, F1, F2)	Ampliar el plan de incentivos para la dinamización económica (A1, F3, F4, F5, F7)
F2	Cuenta con variedad de recursos naturales.	desarrollo de actividades turísticas con alto potencial geográfico (O5, F4, F5)	Generar desarrollo de marca y posicionamiento con el apoyo del HGPT. (A3, F1, F3, F4, F5)
F3	Tiene diversidad de atractivos turísticos	Creación e implementación de proyectos turísticos innovadores (O3, F1, F6)	Implementar innovación virtual con los productos artesanales locales. (A5, F4, F7)
F4	Los habitantes conocen todos los espacios potenciales	Aprovechamiento de facilidades comercialización y difusión por parte de la entidad pública (O6, F1)	Implementar tecnificación de la información sobre la oferta y demanda del cantón en medios electrónicos. (A4, F1, F2, F3, F4)
F5	Ubicación geográfica estratégica		
F6	Cuenta con vías de acceso en buen estado		
F7	Posee conectividad y comunicación		
DEBILIDADES		Debilidad-Oportunidad. DO.	Debilidad Amenaza. DA.
D1	Escasa capacitación Turística	Implementar campañas de difusión educativa sobre los productos turísticos del cantón Cevallos (D1, O1)	Identificar la cantidad de recursos turísticos que posee la zona. (D4, A4, A5)
D2	Limitada oferta de servicios turísticos	Creación y diseño de productos turísticos mediante capacitaciones con temas de innovación para incrementar la demanda de turistas (D1, O3, O6)	Desarrollar un diagnostico situacional de la actividad turística del cantón Cevallos (D3, A3, A5)
D3	Carencia de promoción Turística		
D4	Desconocimiento del potencial turístico de la zona		

D5	Falta de apoyo interno para impulsar el desarrollo de actividades turísticas		
----	--	--	--

La Matriz FODA es una de las herramientas mediante las cuales se puede hacer un análisis medianamente amplio de la situación en la cual se encuentra un lugar, a continuación, se presenta la siguiente Figura en la cual se identifica los factores internos y externos del cantón Cevallos, de la misma forma se establece las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del mismo.

Tabla 11

Objetivos estratégicos y proyectos

Objetivos estratégicos	Proyectos
✓ Diseño de estrategias de innovación de productos turísticos establecidos en el cantón Cevallos.	1. Capacitación turística de innovación en productos turísticos del cantón Cevallos 2. Diseño- Rediseño de productos turísticos innovadores
✓ Comunicación y comercialización digital turística	3. Creación de plan de comunicación turística 4. Gestión y comercialización de productos turísticos innovadores

CONCLUSIONES

- Con el desarrollo del diagnóstico situacional se identificó que el sistema turístico que posee el cantón cuenta con diversas falencias tales como la falta de planeación por parte de los actores turísticos tanto públicos como privados, haciendo uso inadecuado de la variedad atractivos turísticos, por otra parte, la planta turística no posee todas las facilidades que requiere el turista para una permanencia idónea en el lugar.
- De acuerdo con la investigación, la relación existente respecto al mismo, arrojó un resultado positivo permitiendo establecer lineamientos de conexión entre la innovación de productos turísticos y el desarrollo local, siendo el determinante clave la prueba de hipótesis de homogeneidad con un resultado de 0.049.
- Para el desarrollo y generación del planeamiento estratégico y operativo se utilizó dos metodologías importantes permitiendo concluir que es necesario implementar objetivos estratégicos que permitan innovar de una manera con gestión inteligente aplicando instrumentos para el desarrollo de alternativas focales que permitan reinención y creación los productos turísticos, partiendo de MEFE y MEFI que permitió concretar bajo evaluación de factores interno y externos de la localidad para lograr consolidar un FODA para el cantón.

RECOMENDACIONES

- Implementar capacitaciones para los actores turísticos del cantón Cevallos partiendo desde la problemática y necesidades de profesionalización turística.
- Motivar el desarrollo de investigaciones similares para impulsar el crecimiento turístico en función de la innovación que aporten a la dinamización económica Local.
- Gestionar la promoción y difusión de los productos turísticos mediante generación de alianzas públicas o privadas que permitan posicionar al cantón como un destino turístico en desarrollo.

BIBLIOGRAFÍA

- Astudillo, S., y Prada-Trigo, J. (2017). Empresas turísticas y factores de innovación: Evidencias a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador). *Caderno Virtual de Turismo*, 17(3), 5-21.
- López Bonilla, J.M.; López Bonilla, L.M (2007): Diferencias territoriales en la planificación y gestión del destino turístico. Cuaderno de Turismo No. 19.
- Para citar el artículo: Reyes, M., Machado, E. y Ortega, A. (2015). Evaluación de territorios para desarrollar el turismo comunitario en la región amazónica del Ecuador, *Turismo y Sociedad*, XVII, pp. 39-62. DOI: <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n17.03>
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Bogota: Ediciones Shalom.
- Carrazana, T. (2017). Las relaciones internacionales y el turismo. *Economía y Desarrollo*, 158(1), 211-224. Recuperado el 4 de Octubre de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4255/425553381016>
- Carrillo, R. (30 de Septiembre de 2017). *La Conversación.net*. Recuperado el 20 de Marzo de 2018, de <http://laconversacion.net/2017/09/el-turismo-sustentable-es-la-opcion-que-tiene-el-ecuador-para-convertirse-en-potencia-turistica/>
- Castillo , E. A., Martínez, F., y Vázquez, E. (2015). El turismo en Ecuador. Nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico. *Revista Galena de Economía*, 69-88.
- CEPAL. (2018). *Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe*. Santiago: Naciones Unidas 2019.
- Chiavenato, I., y Sapiro, A. (2017). *Planeación Estratégica Fundamentos y aplicaciones*. México: MCGRAW-HILL.
- Comité Provincial de Turismo. (2013). *Estrategia de Turismo de la Provincia de Tungurahua*. Ambato: H. Gobierno Provincial de Tungurahua.

- Cruz, I., Miranda, A., y Lobo, M. (2019). Innovación mediante las TIC: Retos y oportunidades en las empresas turísticas de Puerto Nuevo, Baja California. *El Periplo Sustentable*(36), 372- 401.
- Donoso Pulloquina, G. R. (29 de Marzo de 2019). *Repositorio Dspace*. Recuperado el 26 de Junio de 2020, de Repositorio Dspace: <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/15784>
- El Comercio. (22 de Mayo de 2020). *El Comercio*. Recuperado el 2 de Agosto de 2020, de El Comercio Sitio Web: <https://www.elcomercio.com/tendencias/perdidas-sector-turistico-ecuador-coronavirus.html>
- Espinoza, E. (2018). La hipótesis en la investigación. *MENDIVE*, 122-139 .
- Espinoza, E. (2020). La investigación formativa. Una reflexión teórica. *Revista Conrado*, 16(74), 45-53.
- Fuentes García , R., López Olivares , D., & Pulido Fernández, J. (2006). El Turismo Rural. *La actividad turística española en 2005*, 603-616.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Cevallos. (15 de Abril de 2015). *GAD San Fernando*. Recuperado el 1 de Junio de 2020, de GAD San Fernando: <https://www.gadsanfernando.gob.ec/images/PDOT/PDOTSANFERNANDO2015.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Cevallos. (2019). *Portal del Servicios MINTUR*. Recuperado el 28 de Junio de 2020, de Portal del Servicios MINTUR: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur/104-catastro-turistico>
- Gonzales, M., & León, C. (2010). *Turismo sostenible y bienestar social. ¿Cómo innovar esta industria global?* Barcelona: Erasmus Ediciones,.
- GoRaymi. (7 de Noviembre de 2019). *GoRaymi*. Recuperado el 15 de Junio de 2020
Obtenido de GoRaymi:
<https://files.goraymi.com/2019/09/25/d78ebf7151569c574a1e9a6e7dab9bec.pdf>

- Guato, O. J. (29 de 10 de 2014). *repositorio digital* . Recuperado el 15 de Junio de 2020
Obtenido de repositorio digital :
<http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7918/1/FCHE-CHT-177.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2010).
Metodología de la investigación 5ta Edición. Mexico: McGRAW-HILL /
INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014).
Metodología de la Investigación. México: MCGRAW-HILL.
- IICA. (2014). *Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios
rurales*. San Jose: AGRIS.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (25 de Marzo de 2017). *INEC*. Recuperado el 4
de Agosto de 2020, de INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Ivars-Baidal, J., Celdrán Bernabéu, M. A., & Femenia-Serra, F. (2017). *Guía de
Implantación de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana*.
Valencia: Agència Valenciana del Turisme. Invat.tur.
- Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2011). *Estadística aplicada a los negocios y
la economía*. McGraw-Hill,.
- Lizarde, E., & Ferro, E. (2015). *Sectores de la nueva economía 20+20*. Madrid: Ministerio
de Industria, Energía y Turismo.
- Merino, M. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. Madrid: ESIC.
- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y
clasificación. *Visión Gerencial*, 135-158.
- Observatorio Traveltech. (12 de Febrero de 2019). *Observatorio Traveltech*. Recuperado el
16 de Agosto de 2020, de Observatorio Traveltech Página Web:
<https://futurizable.com/futurizable/>

- OCDE. (2006). *Innovation and growth in Tourism*. OCDE.
- OMT. (2017). El turismo clave para el desarrollo, la prosperidad. *Panorama OMT del turismo internacional*, 2-16.
- Organización Mundial del Turismo. (6 de Marzo de 2020). *ONWTO*. Recuperado el 30 de Julio de 2020, de Organización Mundial del Turismo (ONWTO): <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-la-omt-pide-que-el-turismo-se-incluya-en-los-planes-de-recuperacion>
- Publicaciones VÉRTICE S. L. (2008). *Marketing Turístico*. Málaga: Editorial VÉRTICE.
- Quito Turismo. (15 de Abril de 2020). *Quito Turismo*. Recuperado el 2 de Agosto de 2020, de Quito Turismo Sitio Web: <http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/LOTAIP2020/web/AnexoCovidContratoNo302%20%283%29.pdf>
- SINNAPS. (24 de Julio de 2018). *Empresa - Gestor de Proyectos*. Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>
- Ricaurte Quijano, C. (6 de Marzo de 2009). *Universidad Nacional de Rio Negro*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2019, de Universidad Nacional de Rio Negro Sitio Web: <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
- Rojas Cairampoma, M. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *Revista Electrónica de Veterinaria*, 16(1), 1-14.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* . México D.F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sandoval, E., Cano, L., & Ruíz, J. (2015). Innovación en el sector turismo de cancún: evidencias empíricas. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 8(4), 93-105.

Sandoval, J. (2018). *Impacto económico generado en los emprendedores de la ruta turística del hielo ii*. AMBATO: Universidad Técnica de Ambato.

Machado Chaviano, E.L.; Cuevas Romero, O. (2007): Procedimiento participativo para el diseño de productos turísticos integrados en el destino Cuba. Centro de Estudios Turísticos. Universidad de La Habana. Cuba.

Tren Ecuador. (18 de 05 de 2016). *Fanpage Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública*.
Obtenido de Fanpage Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública:
<http://trenecuador.com/es/destinos/>

Ubierna, F., y Pérez, C. (2016). EL desempeño innovador en las empresas turísticas españolas. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2(1), 253-271.

Ugarte, X. (2007). *Imagen y posicionamiento de Galicia como destino turístico a nivel nacional e internacional*. Galicia: Universidad Santiago de Compostela.

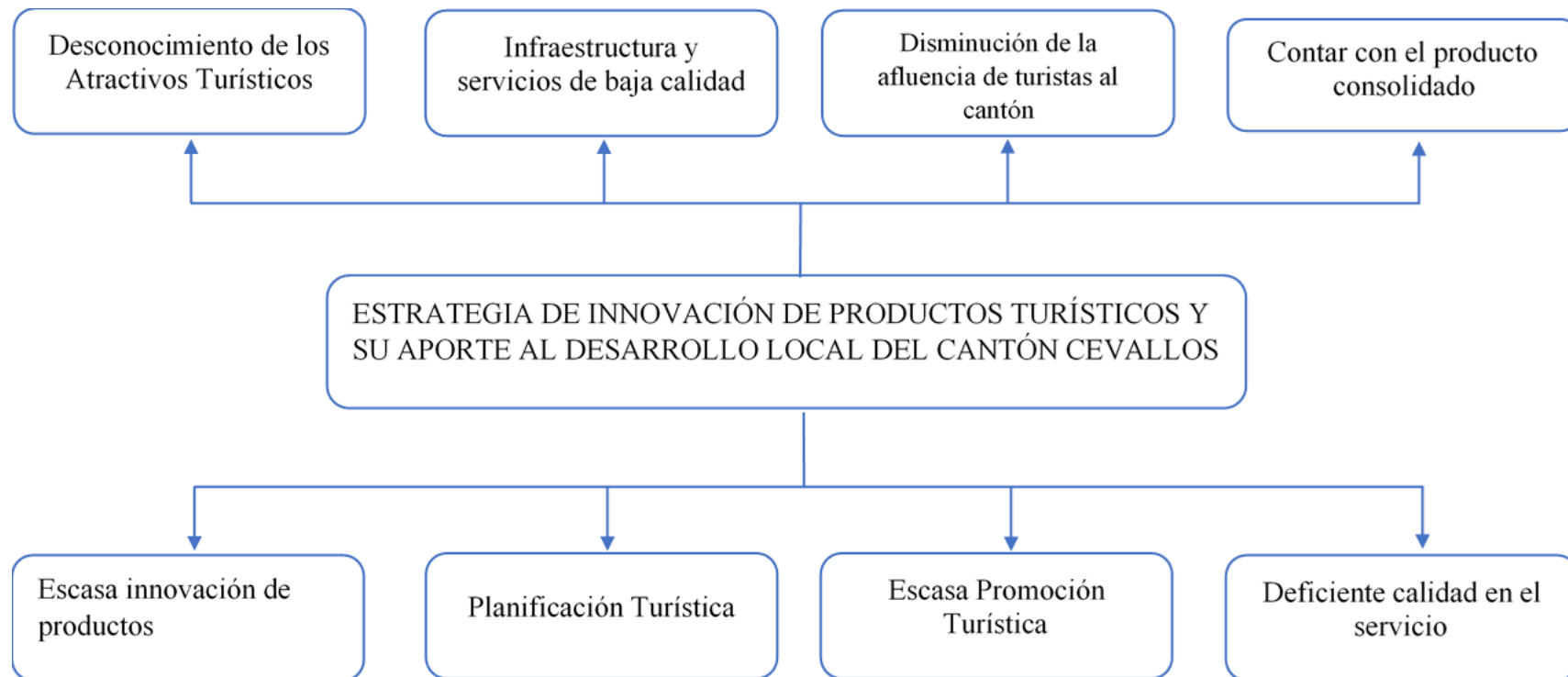
UNE Normalización Española. (2018). ¿Cómo ser un destino turístico inteligente? *AENOR*, 3-8.

Velázquez, J., y Flores, A. (2017). Gestión de la innovación para la sustentabilidad en turismo: una revisión teórica para el sector hotelero revisión teórica para el sector hotelero. *Revista Espacios*, 38(59), 11-21.

WTTC. (Marzo de 2018). www.wttc.org. Recuperado el 01 de Abril de 2018, de <https://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>

ANEXOS

Anexo 1



Anexo 2

TEMA	ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y SU APORTE AL DESARROLLO LOCAL DEL CANTÓN CEVALLOS	PROPUESTA 1	PROPUESTA 2
PROBLEMA	¿Los productos turísticos desarrollados con estrategias de innovación aportan al desarrollo local del cantón Cevallos?	La débil consolidación del destino turístico, y la escasa capacitación al productor, deriva en la falta de un producto turístico innovador.	La débil consolidación del producto turístico ocasiona un desinterese a productor en innovar sus productos turísticos.
OBJETIVO GENERAL	Diseñar estrategias de innovación del producto turístico que aporte al desarrollo local del cantón Cevallos.	Diseñar estrategias de innovación en los productos turísticos que contribuyan a la consolidación del producto turístico del cantón Cevallos.	Innovar los productos turísticos para consolidarlos y posicionarlos en el cantón.
OBJETIVO ESPECÍFICO 1	Realizar un diagnóstico situacional de la actividad turística en el cantón Cevallos.	Determinar la situación actual de la actividad turística del cantón Cevallos.	Determinar la situación actual de la promoción y posicionamiento, del producto turístico del cantón Cevallos.
OBJETIVO ESPECÍFICO 2	Explicar la relación entre la innovación del producto turístico con respecto al desarrollo local del cantón Cevallos.	Explicar la importancia de la innovación del producto turístico y como incide en el desarrollo local del cantón.	Explicar que a través de la innovación el producto turístico se mejoría la economía en el cantón.

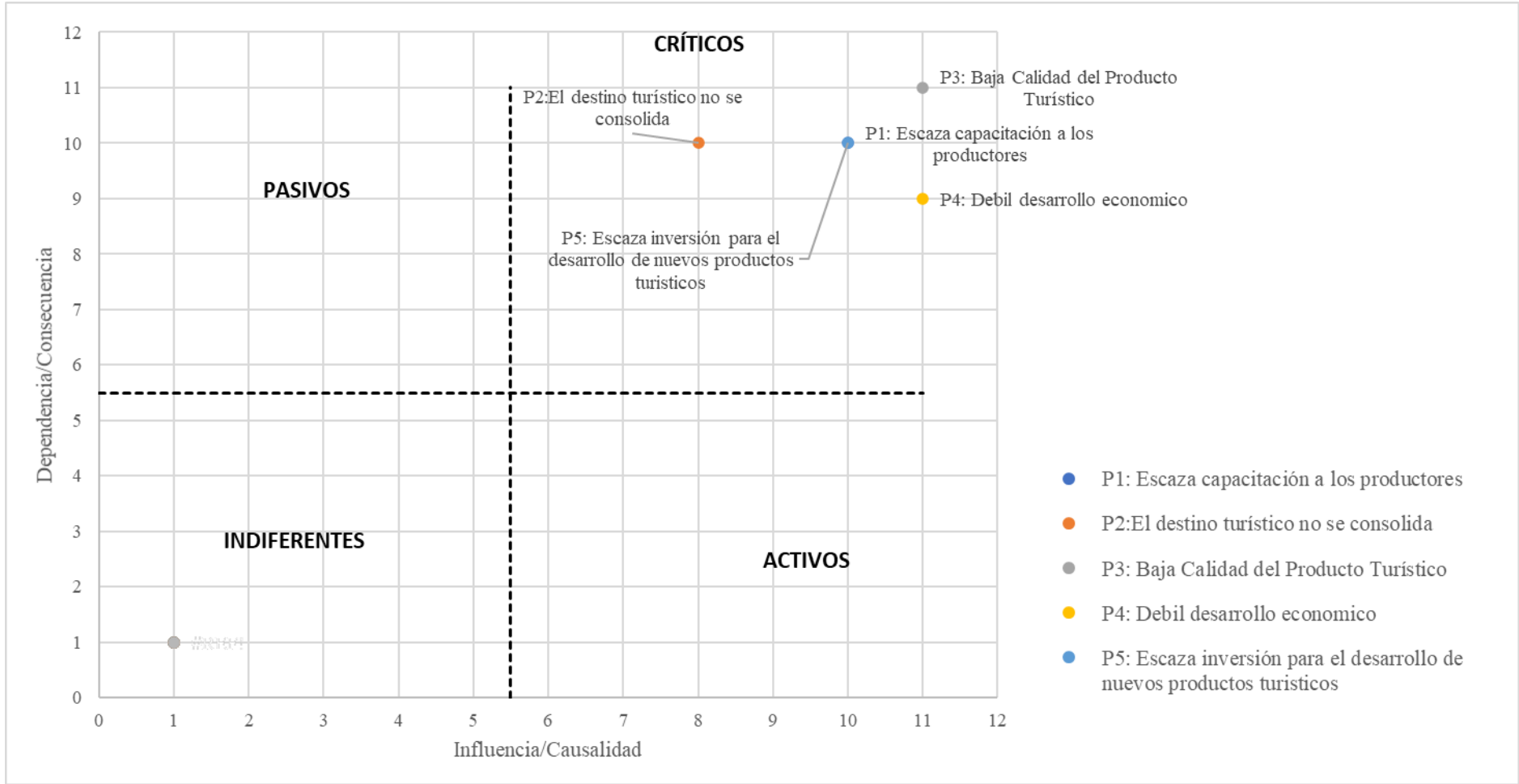
OBJETIVO ESPECÍFICO 3	Estructurar el planteamiento estratégico y operativo para la innovación de productos turísticos del cantón Cevallos.	Definir alternativas estratégicas para la consolidación el producto turístico del cantón Cevallos como destino turístico.	Definir alternativas estratégicas para la consolidación del producto como destino turístico.
HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER	La innovación de productos turísticos incide en el desarrollo local del cantón Cevallos.	Una estrategia de innovación de productos turísticos aporta al desarrollo local del cantón.	Una estrategia de innovación de productos turísticos aporta al desarrollo local del cantón.
VARIABLE DEPENDIENTE	Innovación de productos turísticos	Innovación de productos turísticos	Innovación de productos turísticos
VARIABLE INDEPENDIENTE	Desarrollo local del cantón Cevallos	Desarrollo local del cantón Cevallos	Desarrollo local del cantón Cevallos
MARCO TEÓRICO	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación de Productos Turísticos • Innovaciones turísticas • Tipos de Innovación turística • Producto turístico • Competitividad Turística • Desarrollo Local • Flujo turístico • Mercado Turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación de Productos Turísticos • Innovaciones turísticas • Tipos de Innovación turística • Producto turístico • Competitividad Turística • Desarrollo Local • Flujo turístico • Mercado Turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación de Productos Turísticos • Innovaciones turísticas • Tipos de Innovación turística • Producto turístico • Competitividad Turística • Desarrollo Local • Flujo turístico • Mercado Turístico.

Anexo 3



Anexo 4

Código	Variable	P1: Escaza capacitación a los productores	P2: El destino turístico no se consolida	P3: Baja Calidad del Producto Turístico	P4: Débil desarrollo económico	P5: Escaza inversión para el desarrollo de nuevos productos turísticos	INFLUENCIA
P1: Escaza capacitación a los productores		0	2	3	2	3	10
P2: El destino turístico no se consolida		2	0	3	1	2	8
P3: Baja Calidad del Producto Turístico		3	3	0	3	2	11
P4: Débil desarrollo económico		2	3	3	0	3	11
P5: Escaza inversión para el desarrollo de nuevos productos turísticos		3	2	2	3	0	10
DEPENDENCIA		10	10	11	9	10	50



RESULTADOS:

Del análisis realizado en la Matriz de Vester podemos concluir que los problemas evidenciados en cuanto a la escasa innovación de Productos turísticos en el cantón Cevallos, se ven generados por los siguientes factores que se detallan a continuación:

Resultado (P1) Escasa capacitación a los productores

Resultado (P2) El destino turístico no se consolida

Resultado (P3) Baja calidad del producto turístico

Resultado (P4) Débil desarrollo económico

Resultado (P5) Escasa inversión para el desarrollo de nuevos turísticos

Análisis Interpretativo

Resultado, 1.- Mediante análisis desarrollado en la Matriz Vester se pudo determinar que el problema principal en la no innovación de productos turísticos se ha visto afectado en la Escasa capacitación de los productores.

Resultado, 2.- Podemos mencionar que, a partir del instrumento de apoyo para el marco lógico, se identificó la problemática con mayor impacto en el campo aplicar y es que el destino turístico no se encuentra consolidado en el cantón.

Por otra parte, en el **Resultado, 3.- manifiesta** que el visitante que llega al cantón Cevallos prefiere realizar un recorrido de compras corto y no pernoctar por su baja calidad del producto turístico.

La herramienta de jerarquización y priorización de problemas nos refleja en un bajo índice de puntuación en la problemática del **Resultado, 4.-** ya que el débil desarrollo económico es causa ambigua para la Innovación de Productos Turísticos en el cantón Cevallos.

Resultado, 5.- A fin de conocer los problemas que no han permitido realizar una Innovación de Productos Turísticos en el cantón Cevallos, podemos concluir que se ve reflejada en gran parte por la escasa inversión que realizan los productores al campo turístico.

Anexo 5

Anexo 1: Definiciones de Turismo

No	Autor	Año	Definición
1	Hunziker y Krapf	1942	Conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal.
2	Tourism Society	1979	Incluye cualquier actividad relacionada con el desplazamiento temporal de personas hacia destinos fuera de los lugares donde normalmente viven y trabajan, así como las actividades que realizan durante su estancia en dichos destinos.
3	OMT	1983	Comprende el desplazamiento y las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias, así como las relaciones que surgen en ellos; en lugares distintos al de su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año y mínimo 24 horas, pernoctando en el destino, principalmente con fines de ocio, por negocios y otros.
4	Figuerola	1991	Acto que supone un desplazamiento que conlleva un gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción y servicios, que se ofrecen mediante una actividad productiva, generada por una inversión previa.
5	OMT	1991	Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.
6	Dacosta	1993	Cualquier tipo de viaje de una persona fuera de su lugar de residencia fija por más de 24 horas y menos de un año,

			generalmente con fines de recreación o disfrute y muchas veces a más de un destino turístico.
7	Acerenza	1993	Un fenómeno social que surge como consecuencia del grado de desarrollo que en el transcurso del tiempo ha adquirido la Humanidad. Tiene sus orígenes en la industrialización progresiva, en las aglomeraciones urbanas y en la psicología del vivir cotidiano. Su evolución se ha visto ampliamente favorecida por el desarrollo de las comunicaciones y el transporte, por el aumento del nivel de vida de la sociedad, por la disponibilidad del tiempo libre y por la conquista paulatina de las vacaciones pagadas.
8	De la Torre	1995	Es un fenómeno social, que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de un lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa, ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.
9	Cárdenas	2002	Conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas derivadas de motivaciones.
10	World Travel and Tourism Council (WTTC)	2003	Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

11	Nácher y García citado en; Martín, (2006: 4)	2004	Es una experiencia consistente en un viaje de ida a un destino, una estancia y un viaje de regreso, cuya motivación reside en la existencia de atractivos localizados en sitios concretos a los que vale la pena viajar. La demanda turística responde a la previa existencia de atractivos, para cuya experimentación se requiere el concurso de distintos agentes públicos y privados en diferentes sectores productivos.
12	Colectivo de Autores	2005	Es una actividad multisectorial y comprende el conjunto de relaciones que se establecen en la sociedad a partir del desplazamiento de un individuo fuera de su lugar de residencia habitual. Es una actividad voluntaria, temporal y no debe identificarse en ningún caso con el lucro personal.
13	Martín	2006	Conjunto de fenómenos y relaciones económicas, psico-sociológicas y medioambientales que se generan entre las entidades vinculadas a los viajes desde el lugar emisor, las entidades proveedoras de servicios y productos en el lugar de destino, los gobiernos de los lugares emisores-receptores y las comunidades locales de acogida, con motivo del viaje y estancia de visitantes temporales en un destino diferente a su lugar de residencia habitual.

Anexo 6



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA CENTRO DE POSGRADOS

VALIDACIÓN POR EXPERTOS

A continuación, solicitamos su opinión sobre los ítems que conforman el cuestionario a aplicar. Tenga en cuenta que este cuestionario es un instrumento para conocer si el diseño de estrategias de innovación del producto turístico puede aportar al desarrollo local del cantón Cevallos, mediante el cual se permitirá analizar las respuestas, para establecer estrategias de innovación que generen desarrollo y dinamización turística local. Las preguntas están desarrolladas en función de los objetivos para responder estas etapas con mayor fiabilidad.

Para ello deberá marcar en cada uno de los ítems con una X según considere. Conociendo que **1= Muy Adecuado / 2=Bastante Adecuado / 3= Adecuado / 4= Poco Adecuado / 5=No Adecuado**

Datos informativos:		PUNTAJES				
		1	2	3	4	5
Edad:	20-30 <input type="checkbox"/> 31-41 <input type="checkbox"/> 42-52 <input type="checkbox"/> 53-63 <input type="checkbox"/> 63 en adelante	X				
Genero:	Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> LGTBI	<input type="checkbox"/>				
Nivel de instrucción	Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Superior/Título universitario Posgrado <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>					
Diagnostico situacional turístico:						
1. ¿Cree Ud. que la actividad turística en el cantón Cevallos es importante, en qué medida? <input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Moderadamente importante <input type="checkbox"/> De poca importancia <input type="checkbox"/> Sin importancia 2. ¿Considera Ud. que el turismo promueve el desarrollo del cantón Cevallos? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No				X Podría la pregunta expresarse para brindar una sola respuesta. Por ejemplo: En que medida considera Ud que la actividad turística en el cantón es importante?		
Innovación y desarrollo local:						
3. ¿Cuál es el mayor reto al que se enfrenta el sector turístico en la actualidad? <input type="checkbox"/> Adopción de nuevas tecnologías <input type="checkbox"/> Cambio de hábitos y gustos de los clientes <input type="checkbox"/> Sostenibilidad ambiental		X (Especificar si puede seleccionar una o varias respuestas)				



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
CENTRO DE POSGRADOS**

<input type="checkbox"/> Rentabilidad <input type="checkbox"/> Liquidez para mantenerse en el mercado 4. ¿Considera Ud. emergente un cambio en el sector turístico del cantón Cevallos, que promueva innovar los productos turísticos? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	X				
Plan estratégico y operativo:					
5. ¿Escoja alguna de las iniciativas turísticas que le parezca innovadora? <input type="checkbox"/> Página web <input type="checkbox"/> Menú digital <input type="checkbox"/> Plataforma de ventas en línea <input type="checkbox"/> Rutas Turísticas virtuales 6. ¿Cree Ud. que en el cantón Cevallos se puede aplicar alguna innovación turística mediante un plan estratégico turístico? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	X				
	X				
<p>NOTA: Si desea hacer alguna observación sobre cualquiera de los ítems planteados, o proponer uno nuevo, puede hacerlo a continuación.</p> <hr/>					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Firmas de validación:

Area/Turismo
Nombre: Carlos Manosalvas Vaca
C.I.: 0602898496
Cargo: Docente - Investigador



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
CENTRO DE POSGRADOS**

VALIDACIÓN POR EXPERTOS

A continuación, solicitamos su opinión sobre los ítems que conforman el cuestionario a aplicar. Tenga en cuenta que este cuestionario es un instrumento para conocer si el diseño de estrategias de innovación del producto turístico puede aportar al desarrollo local del cantón Cevallos, mediante el cual se permitirá analizar las respuestas, para establecer estrategias de innovación que generen desarrollo y dinamización turística local. Las preguntas están desarrolladas en función de los objetivos para responder estas etas con mayor fiabilidad.

Para ello deberá marcar en cada uno de los ítems con una X según considere. Conociendo que **1= Muy Adecuado / 2=Bastante Adecuado / 3= Adecuado / 4= Poco Adecuado / 5=No Adecuado**

Datos informativos:		PUNTAJES				
		1	2	3	4	5
Edad:	20-30 <input type="checkbox"/> 31-41 <input type="checkbox"/> 42-52 <input type="checkbox"/> 53-63 <input type="checkbox"/> 63 en adelante	X				
Genero:	Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> LGTBI <input type="checkbox"/>					
Nivel de instrucción	Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Superior/Título universitario <input type="checkbox"/> Posgrado <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>					
Diagnostico situacional turístico:						
1.	¿Cree Ud. que la actividad turística en el cantón Cevallos es importante, en qué medida? <input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Moderadamente importante <input type="checkbox"/> De poca importancia <input type="checkbox"/> Sin importancia	X				
2.	¿Considera Ud. que el turismo promueve el desarrollo del cantón Cevallos? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No					
Innovación y desarrollo local:						
3.	¿Cuál es el mayor reto al que se enfrenta el sector turístico en la actualidad? <input type="checkbox"/> Adopción de nuevas tecnologías <input type="checkbox"/> Cambio de hábitos y gustos de los clientes <input type="checkbox"/> Sostenibilidad ambiental <input type="checkbox"/> Rentabilidad	X				



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
CENTRO DE POSGRADOS**

<input type="checkbox"/> Liquidez para mantenerse en el mercado 4. ¿Considera Ud. emergente un cambio en el sector turístico del cantón Cevallos, que promueva innovar los productos turísticos? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No					
Plan estratégico y operativo:					
5. ¿Escoja alguna de las iniciativas turísticas que le parezca innovadora? <input type="checkbox"/> Página web <input type="checkbox"/> Menú digital <input type="checkbox"/> Plataforma de ventas en línea <input type="checkbox"/> Rutas Turísticas virtuales 6. ¿Cree Ud. que en el cantón Cevallos se puede aplicar alguna innovación turística mediante un plan estratégico turístico? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	X				
<p>NOTA: Si desea hacer alguna observación sobre cualquiera de los ítems planteados, o proponer uno nuevo, puede hacerlo a continuación.</p> <hr/>					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Firmas de validación:

Area/Turismo
 <small>FIRMADO DIGITALMENTE POR:</small> YANET MARISOL ORTEGA FREIRE
Nombre: Lic. Yanet Ortega MSC
C.I.: 1001876232
Cargo: Docente Tiempo Completo ESPE UFA



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
CENTRO DE POSGRADOS**

VALIDACIÓN POR EXPERTOS

A continuación, solicitamos su opinión sobre los ítems que conforman el cuestionario a aplicar. Tenga en cuenta que este cuestionario es un instrumento para conocer si el diseño de estrategias de innovación del producto turístico puede aportar al desarrollo local del cantón Cevallos, mediante el cual se permitirá analizar las respuestas, para establecer estrategias de innovación que generen desarrollo y dinamización turística local. Las preguntas están desarrolladas en función de los objetivos para responder estas etas con mayor fiabilidad.

Para ello deberá marcar en cada uno de los ítems con una X según considere. Conociendo que **1=Muy Adecuado / 2=Bastante Adecuado / 3= Adecuado / 4= Poco Adecuado / 5=No Adecuado**

Datos informativos:		PUNTAJES				
		1	2	3	4	5
Edad:	20-30 <input type="checkbox"/> 31-41 <input type="checkbox"/> 42-52 <input type="checkbox"/> 53-63 <input type="checkbox"/> 63 en adelante	x				
Genero:	Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> LGTBI <input type="checkbox"/>					
Nivel de instrucción	Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Superior/Título universitario <input type="checkbox"/> Posgrado <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>					
Diagnostico situacional turístico:						
1. ¿Cree Ud. que la actividad turística en el cantón Cevallos es importante, en qué medida?		x				
<input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Moderadamente importante <input type="checkbox"/> De poca importancia <input type="checkbox"/> Sin importancia						
2. ¿Considera Ud. que el turismo promueve el desarrollo del cantón Cevallos?		x				
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No						
Innovación y desarrollo local:						
3. ¿Cuál es el mayor reto al que se enfrenta el sector turístico en la actualidad?		X				
<input type="checkbox"/> Adopción de nuevas tecnologías <input type="checkbox"/> Cambio de hábitos y gustos de los clientes <input type="checkbox"/> Sostenibilidad ambiental <input type="checkbox"/> Rentabilidad						



**UNIVERSIDAD ESTADAL AMAZÓNICA
CENTRO DE POSGRADOS**

<input type="checkbox"/> Liquidez para mantenerse en el mercado					
4. ¿Considera Ud. emergente un cambio en el sector turístico del cantón Cevallos, que promueva innovar los productos turísticos? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	X				
Plan estratégico y operativo:					
5. ¿Escoja alguna de las iniciativas turísticas que le parezca innovadora? <input type="checkbox"/> Página web <input type="checkbox"/> Menú digital <input type="checkbox"/> Plataforma de ventas en línea <input type="checkbox"/> Rutas Turísticas virtuales				X	
6. ¿Cree Ud. que en el cantón Cevallos se puede aplicar alguna innovación turística mediante un plan estratégico turístico? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	X				
<p>NOTA: Si desea hacer alguna observación sobre cualquiera de los ítems planteados, o proponer uno nuevo, puede hacerlo a continuación.</p> <p>Considero que debe iniciar preguntando se conoce el cantón Cevallos o si lo a visitado alguna vez o al menos a escuchado de el; en la pregunta cinco, considero que debería reformularse y las opciones no dejarla tan cerradas</p>					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Firmas de validación:

Area/Turismo
Nombre: Germania Gamboa Ríos
C.I.: 0603256108
Cargo: Docente en la carrera de Turismo