



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**PRESENCIAL**



**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)**  
**DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**

**PROBLEMA:**

INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES  
PARA PROMOVER EL TURISMO EN EL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2020.

**AUTOR:**

**LOPEZ CHICHANDE ANA ALEXANDRA**

**TUTOR:**

**ING. JESICA MARIANA CACHIPUENDO CASTILLO Msc.**

**BABAHOYO - 2021**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**PRESENCIAL**



## **AGRADECIMIENTO**

Deseo iniciar este espacio expresando la dedicación que la Universidad Técnica de Babahoyo ha inculcado en mi camino profesional, la vida está llena de etapas que marcan el camino de cada persona a lo largo del tiempo, somos quienes decidimos ser y nos preparamos para ello, ser cada día mejor persona, profesional, estudiante, amigo, es un peldaño en la escalera de la vida, esta universidad marca uno de esos peldaños, la preparación y la formación que aprendí aquí son herramientas que durarán y solo nutrirán las raíces de alcanzar mis metas en la vida, es así como un camino nuevo empieza cuando uno termina, y que las experiencias son solo parte de la escalera de la vida.

Agrazo a Dios, quien me ilumina en los momentos oscuros, es el alfa y omega de mis decisiones y bendice mi sendero en cada paso, siempre con la compañía de Él, sé que saldré victoriosa de cada prueba que me sienta la vida, la luz que debemos seguir y el ánimo espiritual que me anima a ser mejor cada día, a su vez agradezco a mis padres amados quienes a lo largo del tiempo me han sabido enseñar con amor el sendero de la bondad y la justicia, su ayuda y entendimiento me permitió sentar las bases de la edificación de mí como persona y es gracias a ellos y sus sacrificio constante puedo presentarme ante el mundo con mucho orgullo y admiración de mis raíces.

**LOPEZ CHICHANDE ANA ALEXANDRA**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**PRESENCIAL**



**DEDICATORIA**

Llena de felicidad y alegría por una misión cumplida deseo aprovechar este espacio tan especial para dedicar este trabajo a las personas que han aportado positivamente en mi desarrollo en mi etapa de formación profesional, primero deseo dedicar este trabajo a mi familia, en especial a mis queridos padres, quien me acompañan en cada paso de mi vida, apoyándome con sus palabras de ánimo, su esfuerzo y dedicación son mi combustible para seguir adelante.

Sin dejar de lado, también deseo dedicar un espacio muy simbólico pero importante para mí, a mi querida tutora Msc. Jesica Cachipundo Castillo sus guía, fortaleza y abnegación por el bienestar de sus alumnos ha sido trascendental en el proceso de formación profesional del cual soy parte.

**LOPEZ CHICHANDE ANA ALEXANDRA**

## RESUMEN

El Cantón Quevedo se encuentra ubicado en la Provincia de los Rios, es una urbe económica que se dedica principalmente al comercio, su población, según el Censo del 2010 se ubica por 150.827 Habitantes, su bendecida situación geográfica lo ubica en el centro de unificación de los caminos entre la costa y la sierra centro, esto beneficia y fortalece sus actividades comerciales, sin embargo, en los últimos años el Cantón Quevedo ha buscado generar un enfoque relacionado a las actividades turísticas, el emblema de “Ciudad del Rio” es una forma social que compromete los valores turísticos y culturales de la ciudad a un nivel promocional, buscando una independencia de sus atractivos propios y fomentando otras actividades adicionales o paralelas al comercio, agricultura o ganadería.

La presente información, producto de la investigación revela una secuencia de eventos que se convergen en una falta de promoción turística y cultural enfocada en el desarrollo comunitario como un motor económico sustentable, sin embargo a la par de esta realidad las autoridades del GAD Municipal de la ciudad de Quevedo establecen promociones de activación a nuevos espacios turísticos en el casco urbano, fomentando la inversión y el desarrollo de los espacios antes mencionados y paralelamente subutilizado los otros espacios de carácter turístico y cultural que posee la ciudad.

La promoción del turismo en el Ecuador ha sido potenciada en los últimos años como una ventana de oportunidad hacia un mejor desarrollo de la economía en el país, el cantón Quevedo busca generar una imagen cultural y turística enmarcada en el desarrollo socioeconómico que fortalezca la economía local de forma sustentable y sostenida en el tiempo.

**Palabras clave:** turismo, actividades turísticas, atractivos naturales, promoción turística, desarrollo sostenible.

# ÍNDICE GENERAL

PORTADA .....	i
AGRADECIMIENTO .....	ii
DEDICATORIA .....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL;Error! Marcador no definido.	
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR ;Error! Marcador no definido.	
CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD;Error! Marcador no definido.	
RESUMEN .....	iv
ÍNDICE GENERAL .....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
INDICE DE GRAFICOS .....	ix
INTRODUCCIÓN .....	x
CAPÍTULO I MARCO METODOLOGICO .....	11
1.1. Definición del tema caso de estudio .....	11
1.2. Planteamiento del problema .....	11
1.2.1. Formulación del planteamiento .....	11
1.3. Justificación .....	12
1.4. Objetivo .....	13
1.4.1. Objetivo General .....	13
1.4.2. Objetivos específicos. ....	13
1.5. Fundamentación teórica .....	13
1.5.1. Turismo .....	13
1.5.2. Turista .....	13
1.5.3. Desarrollo Económico .....	14

1.5.4. Desarrollo Social .....	14
1.5.5. Turismo natural .....	14
1.5.6. Promoción turística.....	15
1.5.7. Atractivo Turístico.....	15
1.5.8. Comunidad .....	15
1.5.9. Turismo Responsable.....	16
1.5.10 Oferta Turística.....	16
1.5.11. Demanda Turística.....	16
1.5.12. Facilidades Turísticas .....	17
1.5.13. Servicios Turísticos .....	17
1.5.14. Turismo Cultural .....	18
1.5.15. Inventario Turístico .....	18
1.5.16. Fases de un inventario turístico .....	19
1.5.17. Recurso Turístico .....	19
1.5.18. Recurso Turístico .....	20
1.6. Hipótesis .....	21
1.7. Metodología de la investigación. ....	21
1.7.1. Método analítico.....	21
1.7.2. Método deductivo.....	21
1.8. Técnicas de investigación.....	21
1.8.1. Observación .....	21
1.8.2. Encuestas .....	21
1.8.3. Población y Muestra .....	22
<b>CAPÍTULO II RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>23</b>
2.1. Desarrollo del caso .....	23
2.2. Situaciones detectadas.....	32
2.3. Soluciones planteadas .....	33

<b>2.4. Conclusiones</b> .....	34
<b>2.5. Recomendaciones</b> .....	35
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	36
<b>ANEXOS</b> .....	37

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Conoce usted de la existencia de atractivos turísticos de la ciudad de Quevedo .....	24
Tabla 2.- Considera que existe una promoción de las actividades turísticas que tiene para ofrecer la ciudad de Quevedo .....	25
Tabla 3.- Acostumbra asistir a actividades turísticas en el Cantón Quevedo.....	26
Tabla 4.- Del siguiente listado marque la actividad turística de su preferencia .....	27
Tabla 5.- Con qué frecuencia acude a los atractivos turísticos del cantón Quevedo.....	28
Tabla 6.- Considera que existe accesibilidad o facilidad para llegar a los atractivos turísticos.....	29
Tabla 7.- De su punto de vista, en el siguiente listado marque lo que considera hace falta para mejorar el impulso de actividades turísticas en el Cantón Quevedo. ....	30
Tabla 8.- Ha escuchado o visto alguna difusión de campaña publicitaria o de promoción sobre los atractivos turísticos del Cantón Quevedo .....	31



## INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1.- Conoce usted de la existencia de atractivos turísticos de la ciudad de Quevedo .....	24
Gráfico 2.- Considera que existe una promoción de las actividades turísticas que tiene para ofrecer la ciudad de Quevedo .....	25
Gráfico 3.- Acostumbra asistir a actividades turísticas en el Cantón Quevedo.....	26
Gráfico 4.- Del siguiente listado marque la actividad turística de su preferencia .....	27
Gráfico 5.- Con qué frecuencia acude a los atractivos turísticos del cantón Quevedo...	28
Gráfico 6.- Considera que existe accesibilidad o facilidad para llegar a los atractivos turísticos.....	29
Gráfico 7.- De su punto de vista, en el siguiente listado marque lo que considera hace falta para mejorar el impulso de actividades turísticas en el Cantón Quevedo. ....	30
Gráfico 8.- Ha escuchado o visto alguna difusión de campaña publicitaria o de promoción sobre los atractivos turísticos del Cantón Quevedo .....	31

## **INTRODUCCIÓN**

El turismo es una herramienta de desarrollo económico que se ha fortalecido en los últimos años, el Ecuador es considerado un país altamente atractivo por la diversidad cultural y turística, esto contribuye al fortalecimiento económico y el desarrollo de las comunidades en el ámbito social, económico y estético.

Un vistazo a los aspectos sociales, culturales y turísticos del Ecuador es posible apreciar que posee atractivos en todas sus regiones, siendo así uno de los pocos lugares en el mundo que ofrece a sus turistas internos y externos diversas experiencias en un espacio geográfico limitado, su experiencia es enriquecida por las maravillas naturales que se promueven alrededor del país, un eje central son las comunidades locales organizadas que se encargan de gestionar a través de inversión el desarrollo de actividades recreacionales enfocadas principalmente en el turismo ecológico, a su vez migrando a ejes comerciales sostenibles en el tiempo.

El Ministerio de Turismo del Ecuador es el ente rector en la promoción turística, este a su vez es nutrido de las diferentes iniciativas sociales privadas y públicas que buscan generar proyectos turísticos en sus provincias o cantones, es así donde entra la promoción de la Ciudad de Quevedo “Ciudad del Rio” y su ambicioso proyecto de promoción cultural, sin embargo este sostiene falencias que retrasan una guía clara de las actividades a desarrollarse en el Cantón, y se derivada de la misma falta de información técnica, problemática que hace denotar en la ejecución del presente estudio, buscando relazar un diagnóstico de las actividades turísticas en el Cantón Quevedo, y así mismo generar información fiable para el beneficio de la colectividad.

# **CAPÍTULO I MARCO METODOLOGICO**

## **1.1. Definición del tema caso de estudio**

Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales para promover el turismo en el Cantón Quevedo, año 2020.

## **1.2. Planteamiento del problema**

Según el INEC del año 2010, el Cantón Quevedo con sus 2 parroquias satélite tiene una población de 173.575 Habitantes y una extensión geográfica de 303 Km<sup>2</sup>, considerado como uno de los cantones más importantes de la provincia de Los Rios agrupa una vasta extensión de territorio ganadero y agrícola, a su vez cuenta con una productiva actividad comercial que se fecunda en su cabecera cantonal, el Cantón Quevedo es considerado como urbe de impulso económico con actividades definidas.

Sin embargo su composición demográfica socioeconómica no solo es sinónimo de comercio, el Cantón cuenta con puntos naturales y zonas con alto valor turístico natural, siendo un eje socioeconómico que se ha promovido en los últimos años, pero al existir poco apoyo y promoción específica de estas actividades, el sector se encuentra contraído, adicionando las nuevas normas de bioseguridad producto de la pandemia que se desarrolló en el año 2020 a raíz del COVID-19, este sector atraviesa una marcada crisis y contracción demográfica a diferencia de los otros puntos de desarrollo económico del cantón.

La actividad turística y los proyectos de inversión buscan generar dinamismo en el turismo interno, buscando espacios de exploración y desarrollo, sin embargo, la oficina de turismo del cantón Quevedo no cuenta con información relevante que permita sustentar proyectos de inversión privada en la colectividad.

### **1.2.1. Formulación del planteamiento**

¿Cuáles son las actividades turísticas naturales y culturales más destacadas en el Cantón Quevedo en el año 2020?

### **1.3. Justificación**

El turismo es una herramienta que se enfoca en desarrollar las capacidades sociales y económicas de una población utilizando como eje sostenible de sus actividades el desarrollo de los ecosistemas y brindando opciones altamente valoradas por turistas internos y externos en la localidad, con el objetivo de establecer un desarrollo y motor económico, este es el propósito de las actividades turísticas naturales, y la sociedad ecuatoriana no es ajena a esta realidad, sin embargo el desarrollo económico del Cantón Quevedo ha sido vinculando al comercio, su gestión agrícola y ganadera y su situación geográfica apuntan a un desarrollo sostenido en esta área.

El desarrollo del campo turístico es una inversión que los gobiernos están buscando, aprovechando sus recursos naturales y su demografía como un impulso al desarrollo de estas capacidades, el Ecuador es un ejemplo de esta proeza, a lo largo de los años se evidencian campañas internacionales buscando atraer las miradas de la comunidad internacional, y precautelando su cultura y recursos busca promover estas actividades en conjunto con las comunidades locales que se benefician directamente a través de dicha promoción.

La presente investigación busca favorecer el desarrollo de promoción turística de los atractivos naturales y culturales de la Ciudad de Quevedo, y a su vez aportar a generar el impulso económico que se proyecta con la nueva imagen turística de la ciudad. El proyecto está enfocado en los beneficios que poseen las comunidades y las herramientas turísticas naturales, sus habitantes y el desarrollo socioeconómico de las comunidades quienes podrán emprender nuevas alternativas de negocios que generen fuentes de empleos de forma directa e indirecta contribuyendo en el mejoramiento y el desarrollo de la ciudad.

## **1.4. Objetivo**

### **1.4.1. Objetivo General**

Inventariar los principales atractivos turísticos naturales y culturales en el Ciudad de Quevedo en el año 2020.

### **1.4.2. Objetivos específicos.**

- Establecer los puntos turísticos y culturales de la ciudad de Quevedo
- Determinar de forma sociocultural la percepción del turismo local.
- Generar un inventario enfocado en los atractivos turísticos.

## **1.5. Fundamentación teórica**

### **1.5.1. Turismo**

Puede definirse al turismo como el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año. (Gascón, 2007)

En el sector económico podrían definir el turismo a partir del consumo, mientras que un psicólogo realizaría un análisis partiendo de los comportamientos turísticos. Por su parte, un geógrafo ofrecería una definición cuyo principal elemento sería el territorio, sus propiedades y demás cuestiones que toquen su área de trabajo. (Porto, 2008)

### **1.5.2. Turista**

Se denomina turista o visitante que pernocta a aquella persona que se desplaza fuera de su entorno habitual por un período de tiempo superior a veinticuatro horas, diferenciando este concepto del correspondiente al visitante de día o excursionista, cuya estancia es inferior a este tiempo. (Porto, 2008)

### **1.5.3. Desarrollo Económico**

El desarrollo económico de un país se basa en su capacidad para generar riqueza y progreso en el conjunto de la sociedad. Se trata de un concepto que forma parte de la economía como disciplina y se estudia dentro de una rama concreta, la economía del desarrollo. (Ashley, 2002)

El crecimiento económico es un objetivo deseable para cualquier nación o región. El desarrollo económico ideal sería aquel que es sostenido en el tiempo, equitativo, eficiente, respetuoso con las personas y al mismo tiempo beneficioso para el mayor número posible de individuos. (Ashley, 2002)

### **1.5.4. Desarrollo Social**

Como desarrollo social se conoce la evolución y el mejoramiento en las condiciones de vida de los individuos de una sociedad y en las relaciones que estos individuos mantienen entre sí, y con otros grupos e instituciones que conforman el tejido social de una nación. Consiste, como tal, en el desarrollo del capital humano y social de un país, lo cual abarca aspectos como la salud, la educación, la seguridad ciudadana y el empleo, y solo se concreta con la disminución de los niveles de pobreza, desigualdad, exclusión, aislamiento y vulnerabilidad de los grupos más necesitados. (Wheelwright, 2000)

El desarrollo social es promovido por el Estado desde sus diferentes organismos e instituciones, que son los encargados de implementar políticas y programas de protección social para promover la inclusión, y que están diseñados principalmente para beneficiar a aquellos que viven en las condiciones más precarias. (Wheelwright, 2000)

### **1.5.5. Turismo natural**

El turismo ecológico, ecoturismo o turismo de naturaleza es un enfoque de las actividades turísticas en el que se ofrece la observación del medio natural. Es un estilo de turismo alternativo, o ecologista, diferente al turismo tradicional o de masas. Aunque existen diferentes interpretaciones, por lo general el turismo de naturaleza se promueve como un turismo «ético», en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción se refleja en el diseño de las actividades, con criterios de sostenibilidad y la preservación. (Ascanio Guevara, 2009)

### **1.5.6. Promoción turística**

La idea de promoción turística, por lo tanto, hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística. (Chok, 2007)

En concreto, hay que establecer que todo proyecto de promoción turística puede abarcar una gran variedad de objetivos. No obstante, entre los más habituales están los siguientes:

- Fomentar lo que sería la promoción y atractivo turístico de un lugar.
- Aumentar y dar a conocer la oferta que existe para el turista.
- Captar eventos de cierta relevancia para la zona.
- Incentivar la implicación de todos los profesionales relacionados con el turismo para impulsar el mismo y atraer a mayor número de visitantes.

### **1.5.7. Atractivo Turístico**

Un atractivo turístico es un sitio o un hecho que genera interés entre los viajeros. De este modo, puede tratarse de un motivo para que una persona tome la decisión de visitar una ciudad o un país. El valor de los atractivos turísticos puede radicar en diferentes cuestiones. En algunos casos, se trata de espacios de importancia histórica. En otros, la atracción surge por la belleza natural. Más allá de lugares concretos (físicos), hay atractivos turísticos que son más bien simbólicos, como la gastronomía o la oferta de eventos. (Honey, 1999)

### **1.5.8. Comunidad**

El término comunidad tiene su origen en el vocablo latino comunista, y se refiere a un conjunto, una asociación o un grupo de individuos, pueden ser de seres humanos, de animales o de cualquier otro tipo de vida, que comparten elementos, características, intereses, propiedades u objetivos en común. (Gascon, 2006)

Desde el punto de vista antropológico, las comunidades humanas comparten el idioma, las costumbres, la visión del mundo, los valores, las creencias, la ubicación geográfica

(país, ciudad, barrio, vecinos), las tareas (cuarteles, cárceles), el trabajo, los estudios, el estatus social, los roles, la edad, los problemas y/o los intereses. (Gascon, 2006)

#### **1.5.9. Turismo Responsable**

Busca establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino, teniendo en cuenta sus variables sociales, económicas y medioambientales. Denuncia los impactos negativos del turismo en las sociedades anfitrionas y la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse; valora y reclama la responsabilidad de todos los implicados a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles. (Muñoz, 2016)

#### **1.5.10 Oferta Turística**

Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas. (Boullón, 2004)

La conjunción de los atractivos, productos y servicios turísticos de un determinado lugar, a los que cuando se les añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un esquema de distribución y una estructura de precio que responda a las características del mercado meta, es lo que se define como el producto turístico. (Carballiño, 2012)

Desde la perspectiva de la planificación, el producto turístico de un destino en específico, es la adecuada disposición y aprovechamiento de los elementos que conforman su patrimonio turístico y que se conjuntan en una gran variedad de servicios que se ofertan en el mercado, con el fin de atraer a un determinado número de consumidores, siendo éstos los turistas que potencialmente visitarán dicho lugar. (Fuentes, 2012)

#### **1.5.11. Demanda Turística**

En turismo el concepto de demanda comprende a los individuos cuyas necesidades incluyen el “consumo” y la experiencia de lugares. Los turistas compran souvenirs y ropa y utilizan servicios, tales como medios de hospedaje y parques de diversiones. Pero su motivación principal suele recaer en el destino turístico en sí, pues un turista en París o



en Roma querrá experimentar la “atmosfera” que existe ahí y convertirse en parte de la comunidad local. El consumo de lugares turísticos se manifiesta como una experiencia subjetiva del turista. (Fiallos, 2011)

La demanda turística es, por tanto, el total de las personas participantes en actividades turísticas, cuantificada como número de llegada o salidas de turistas, valor en dinero gastado u otros datos estadísticos. Entre los factores que influyen en la demanda turística se encuentra el poder económico de los turistas, la disponibilidad de vacaciones y otros factores motivadores. (CERRO, 1993)

Entendemos por demanda turística la cantidad de productos y/o servicios turísticos que pueden ser adquiridos o se han adquirido por parte de los turistas, motivados por intereses varios (cultural, ocio, relax, etc.). Por tanto, en la definición se engloba tanto la demanda real como la potencial, es decir, la demanda posible que todavía no se ha materializado. (CERRO, 1993)

#### **1.5.12. Facilidades Turísticas**

Facilidades son aquellas que complementan los atractivos, pues permiten la permanecía y el disfrute de una estancia agradable. Son todas aquellas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento y la alimentación igual que las distracciones, amenidades, y servicios complementarios para el turista. (CUERVO, 1978)

#### **1.5.13. Servicios Turísticos**

Los Servicios Turísticos son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos. (Marcelo, 2006)

Los Servicios Turísticos incluyen su producción, distribución, comercialización, venta y prestación y se refieren a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico, que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, organizadoras de eventos y actividades recreativas, etc. (CUERVO, 1978)

#### **1.5.14. Turismo Cultural**

El Turismo Cultural se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico. Los turistas con interés especial en la cultura, corresponden al segmento del Turismo Cultural, es decir, su tamaño y valor son directamente imputables a los valores culturales del país que motivan a los turistas a realizar un viaje. (Marcelo, 2006)

El turismo representa una oportunidad de aprovechar el patrimonio cultural si se planea, organiza y promueve, generando recursos para su conservación y desarrollo. En cuanto al valor de la cultura para el turismo, el patrimonio cultural es un elemento de identidad de los sitios y comunidades, es un atributo diferenciados como base para desarrollar actividades para los turistas y el valor para el turismo da coherencia a la oferta de los destinos, aumenta la competitividad, la estadía, el gasto y la satisfacción de los turistas y anfitriones. (HOUGH, 1976)

El turismo cultural es una práctica que resalta los aspectos culturales que ofrece un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país. En los últimos años ha cobrado cierta relevancia en aquellas zonas que han visto limitados otros tipos de turismo: sol y playa, deportivo, para visitar pueblos o ciudades para ver sus monumentos y participar en diferentes actividades. Además, todos estos viajes te pueden proporcionar información. (HOUGH, 1976)

#### **1.5.15. Inventario Turístico**

El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los sitios que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional. Es un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión, por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico. De esta forma el inventario de atractivos nacionales almacenado en una base de datos plana y en una base de datos geográfica constituye un insumo clave para alimentar al Sistema de Información Geográfica Turística orientado a la realización de análisis y planificación territorial turística. (Gascón, 2007)

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, así como la información a ser registrada para el atractivo a inventariar, acorde a las tablas con los descriptores e indicaciones específicas que servirán para el procedimiento ordenado de la información. La ponderación y jerarquización de los atractivos turísticos levantados, en función de un conjunto de criterios permitirá determinar sagrado en relación a las mejores condiciones que debe presentar para el desarrollo de atractivos turísticos. Esta fase es clave porque permitirá identificar los atractivos que mejor condición presenten para el desarrollo de atractivos y productos, a la vez permitirá identificar las falencias que presentan los recursos y sugerir acciones concretas para mejorar sus condiciones de desarrollo. (Porto, 2008)

#### **1.5.16. Fases de un inventario turístico**

El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional. (Fiallos, 2011)

Todo inventario deberá presentar dos características fundamentales:

- Debe constituir un reflejo fiel de la realidad de los recursos turísticos, indicando la información técnica y la situación en que se encuentran, porque a partir de este instrumento se puede propiciar el acondicionamiento necesario que permita el desarrollo turístico, conllevando a producir ciertos beneficios para el espacio geográfico estudiado.
- Debe de ser claro, abierto y dinámico; permitiendo su actualización periódica de todas las variaciones que se experimentan en los recursos turísticos, y su situación nueva; así como la incorporación de los mismos.

#### **1.5.17. Recurso Turístico**

Los recursos turísticos constituyen la base fundamental del turismo, siendo imprescindible su análisis y evaluación, para determinar la potencialidad turística de una zona y, en consecuencia, su viabilidad como soporte para el desarrollo de esta actividad.

En la actualidad, el desarrollo del turismo está exigiendo de los gestores implicados, la adopción de nuevos planteamientos metodológicos para la puesta en valor de los recursos potenciales que no están en operación, así como la consolidación o el rediseño de los recursos reales que están en operación y de aquellos que constituyen el soporte y servicios, que facilitan el aprovechamiento de estos recursos, todo ello en el marco de las nuevas tendencias de la demanda actual o futura. (Marcelo, 2006)

#### **1.5.18. Recurso Turístico**

Los recursos turísticos, en la mayoría de las ocasiones terminan por constituir el elemento principal que motiva el desplazamiento de los turistas, esencialmente por ocio. Es de suma importancia un correcto análisis del potencial de aprovechamiento que tienen estos recursos a fin de que se haga buen uso de ellos y no se “exploten” de sobre manera, ya que la gran mayoría pueden sufrir daños permanentes. (Chok, 2007)

- **Recursos naturales.** - Son aquellos creados por la naturaleza, cuyas características propias hacen viable que sean visitados por turistas. No pueden ser creados por el hombre, pero si pueden ser modificados. De estos se desprenden tres: geomorfológicos, biogeográficos y Mixtos.
- **Recursos culturales.** - Son los elementos donde interviene o ha intervenido la mano del hombre en el paso del tiempo. A diferencia de los naturales, estos son creados por el hombre y pueden ser históricos o contemporáneas. Se dividen en: atractivos históricos, contemporáneos no comerciales y contemporáneos comerciales.

## **1.6. Hipótesis**

Los atractivos turísticos naturales y culturales conjuntamente con su desarrollo están ligados a la promoción del turismo en el Cantón Quevedo.

## **1.7. Metodología de la investigación.**

### **1.7.1. Método analítico**

La aplicación de este método fue con la finalidad de analizar el cantón Quevedo, en su matriz cultural turística, promoción y funcionamiento orgánico basándonos en los términos literarios para poder llevar a la práctica una examinación de las oportunidades y amenazas enfocadas a este sector de análisis.

### **1.7.2. Método deductivo**

Con la información obtenida producto de nuestra investigación, se permitió una recolección y desarrollo de este estudio, se contribuyó en la respuesta y cumplimiento de los paradigmas planteados en la presente investigación y se buscó dar solución a la hipótesis planteada.

## **1.8. Técnicas de investigación**

### **1.8.1. Observación**

Esta herramienta nos permitió conocer la diversidad natural y cultural que posee el cantón Quevedo, con la finalidad de dar sustento y conocimiento para generar el cumplimiento objetivo del proyecto planteado, esta técnica la enfocamos en las actividades turísticas existentes en el cantón Quevedo.

### **1.8.2. Encuestas**

Se realizó encuestas para poder tener información real y fidedigna del trabajo planteado, se tomó una muestra sustancial de personas del Cantón Quevedo, aplicando la técnica de recolección de datos para la obtención de fuentes de conocimiento local y su percepción como individuos dentro del campo de estudio.

### 1.8.3. Población y Muestra

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

**Donde:**

**N**= Tamaño de la población (P.E.A. 21.783)

**$\sigma^2$**  =Desviación estándar de la población  $(0,5)^2$

**Z**= Valor obtenido mediante niveles de confianza 95%  $(2,430)^2$

**e**= Precisión del error 5% = 0,05

$$n = \frac{(21.783)(0,5)^2(2,430)^2}{(21.783 - 1)(0,05)^2 + (0,5)^2(2,430)^2}$$

$$n = \frac{(544.575) (5,9049)}{(20.783) + (0,1476)}$$

$$n = \frac{3215.660}{20.9306}$$

$$n = 378$$

## **CAPÍTULO II RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1. Desarrollo del caso**

Considerando las variables existentes en el presente proyecto de investigación, se tomó la decisión de aplicar métodos de recolección de datos que permitieron al cuerpo investigador obtener información de primera mano del objeto de investigación, la comunidad Quevedeña, su impacto directo sobre las actividades turísticas y su interpretación de la situación actual, cabe señalar que el Cantón Quevedo si posee atractivo de índole turística, comunitaria y cultural, sin embargo la falta de promoción activa y programas de desarrollo de turismo local frena el desarrollo en este campo, los resultados de la recolección de datos arroja resultados contundentes para análisis y detección de falencias y posibles propuesta que fortalezcan el turismo.

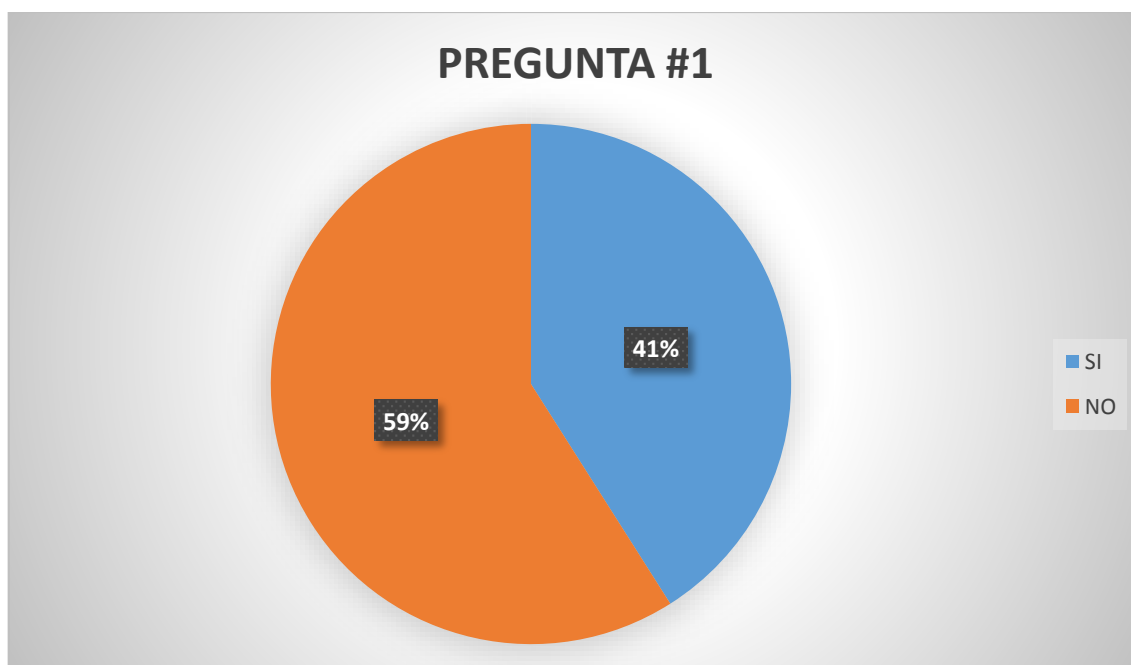
### ¿Conoce usted de la existencia de atractivos turísticos de la ciudad de Quevedo?

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Si	155	41%
No	223	59%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Tabla 1.-** Conoce usted de la existencia de atractivos turísticos de la ciudad de Quevedo

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Autora



**Gráfico 1.-** Conoce usted de la existencia de atractivos turísticos de la ciudad de Quevedo

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Autora

#### **Análisis:**

La población encuestada determino que no conoce plenamente la existencia de atractivos turísticos en la ciudad de Quevedo, un 59% de los encuestados, lo que nos puede llevar a determinar que los atractivos turísticos no son debidamente promocionados o socializados con la comunidad, un 41% de los encuestados considero que si conoce de la existencia de los atractivos turísticos en la ciudad.



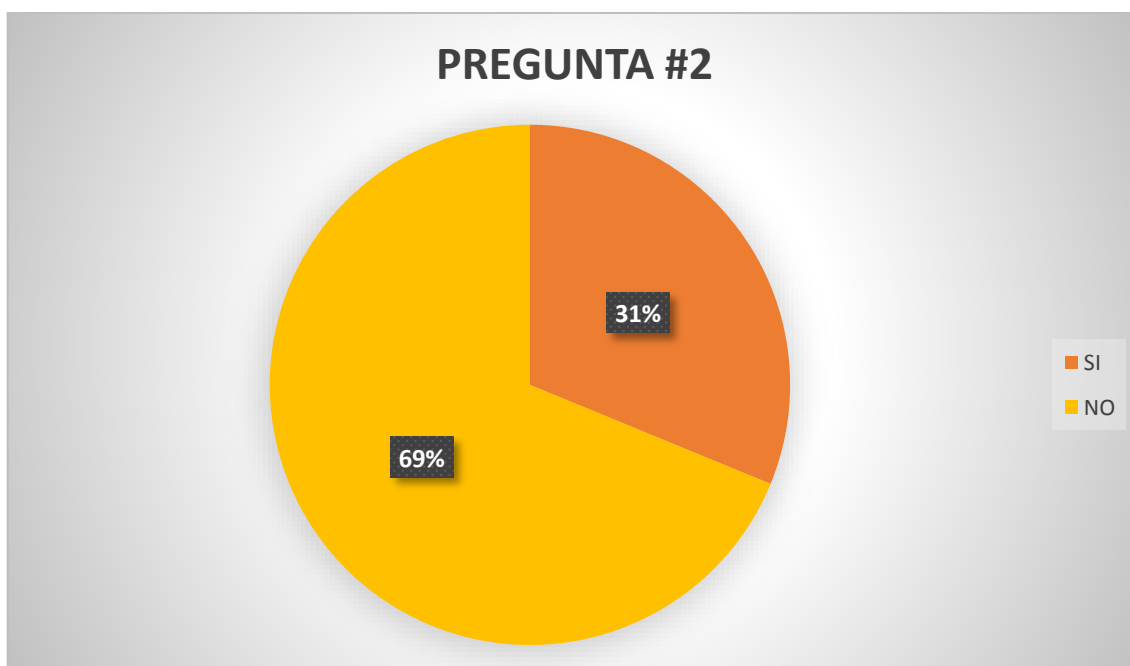
**¿Considera que existe una promoción de las actividades turísticas que tiene para ofrecer la ciudad de Quevedo?**

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Si	118	31%
No	260	69%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Tabla 2.-** Considera que existe una promoción de las actividades turísticas que tiene para ofrecer la ciudad de Quevedo

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Autora



**Gráfico 2.-** Considera que existe una promoción de las actividades turísticas que tiene para ofrecer la ciudad de Quevedo

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Autora

**Análisis:**

El 31% de los encuestado considera que si existen campañas de socialización de actividades turísticas en el Cantón Quevedo, esto puede deberse a la amplia promoción de las festividades locales, potenciando puntos específicos de la ciudad con actividades turísticas no permanentes, un 69% de la población encuestada discrepa y considera que no existe una promoción completa o integral de las actividades turísticas disponibles en el Cantón Quevedo.

### ¿Acostumbra asistir a actividades turísticas en el Cantón Quevedo?

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Si	230	61%
No	148	39%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Tabla 3.- Acostumbra asistir a actividades turísticas en el Cantón Quevedo

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

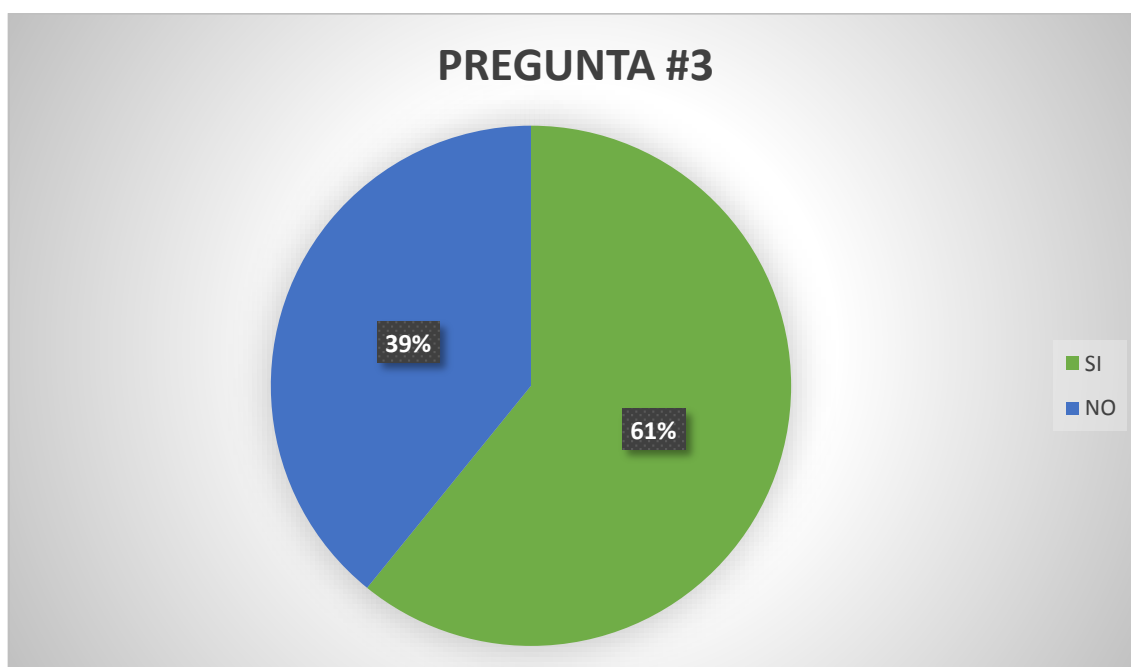


Gráfico 3.- Acostumbra asistir a actividades turísticas en el Cantón Quevedo

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

#### Análisis:

El 61% de los encuestados considera que si asiste a por lo menos 1 actividad turística, y esto es gracias a la promoción de las festividades locales, sin embargo, no deja de lado la asistencia por cultura general a espacios recreativos y actividades permanentes de índole turística como ríos o zoológicos, el 39% de la población no considera que asiste a actividades de índole turística dentro de la localidad.

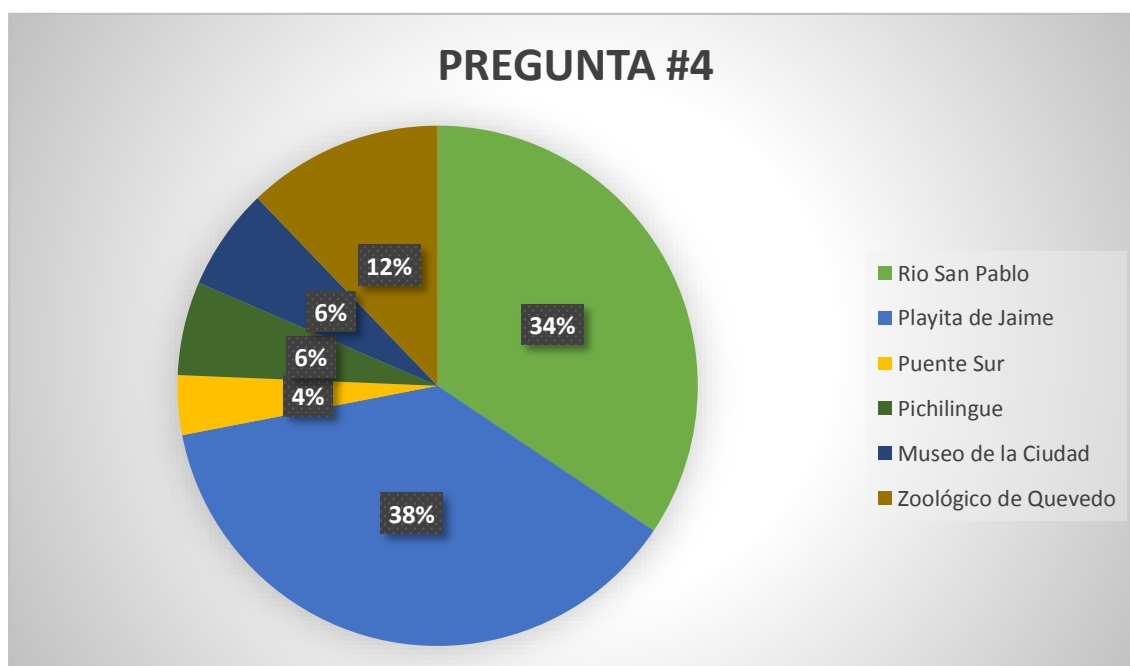
**Del siguiente listado marque la actividad turística de su preferencia**

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Rio San Pablo	130	34%
Playita de Jaime	142	38%
Puente Sur	14	4%
Pichilingue	22	6%
Museo de la Ciudad	24	6%
Zoológico de Quevedo	46	12%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Tabla 4.-** Del siguiente listado marque la actividad turística de su preferencia

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Autora



**Gráfico 4.-** Del siguiente listado marque la actividad turística de su preferencia

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Autora

**Análisis:**

En esta consulta podemos detectar una fragmentación sostenida de la opción con una clara tendencia solo 2 atractivos turísticos son potencialmente las actividades preferidas por los encuestados, 34% Rio San Pablo y 38% Playita de Jaime, ambos iconos de turismo de la ciudad, con accesibilidad y capacidad de recibir visitantes, el resto de espacios de interés que están dentro de la ciudad o cercana a esta cabecera cantonal no llegan a manejar un amplio margen de interés o aceptación.

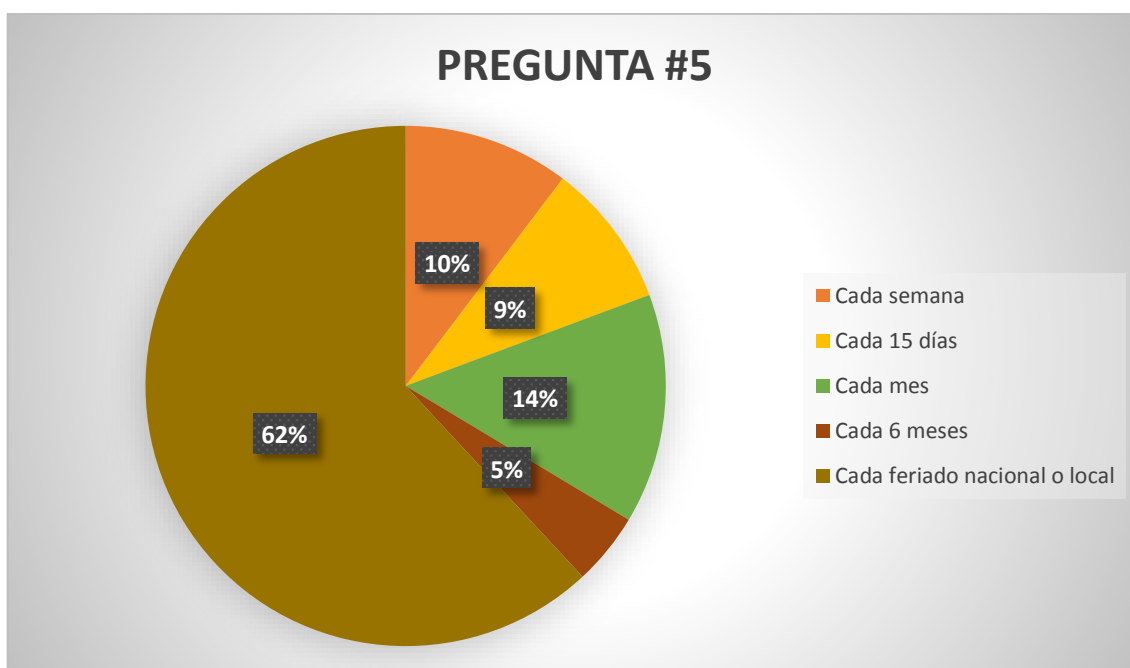
**¿Con que frecuencia acude a los atractivos turísticos del cantón Quevedo?**

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Cada semana	39	10%
Cada 15 días	34	9%
Cada mes	54	14%
Cada 6 meses	17	5%
Cada feriado nacional o local	234	62%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Tabla 5.-** Con qué frecuencia acude a los atractivos turísticos del cantón Quevedo

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Autora



**Gráfico 5.-** Con qué frecuencia acude a los atractivos turísticos del cantón Quevedo

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Autora

**Análisis:**

En esta consulta podemos detectar una clara tendencia, el 62% del universo de los encuestados indica que opta por salir en feriados, esto denota una clara aceptación por feriados en el territorio, mas no está regida a un circundante horario, esto puede decirnos que la población prefiere planificarse en feriados sus salidas y se contraen el resto de tiempo a salidas no periódicas, la situación económica puede acompañar esta tendencia.

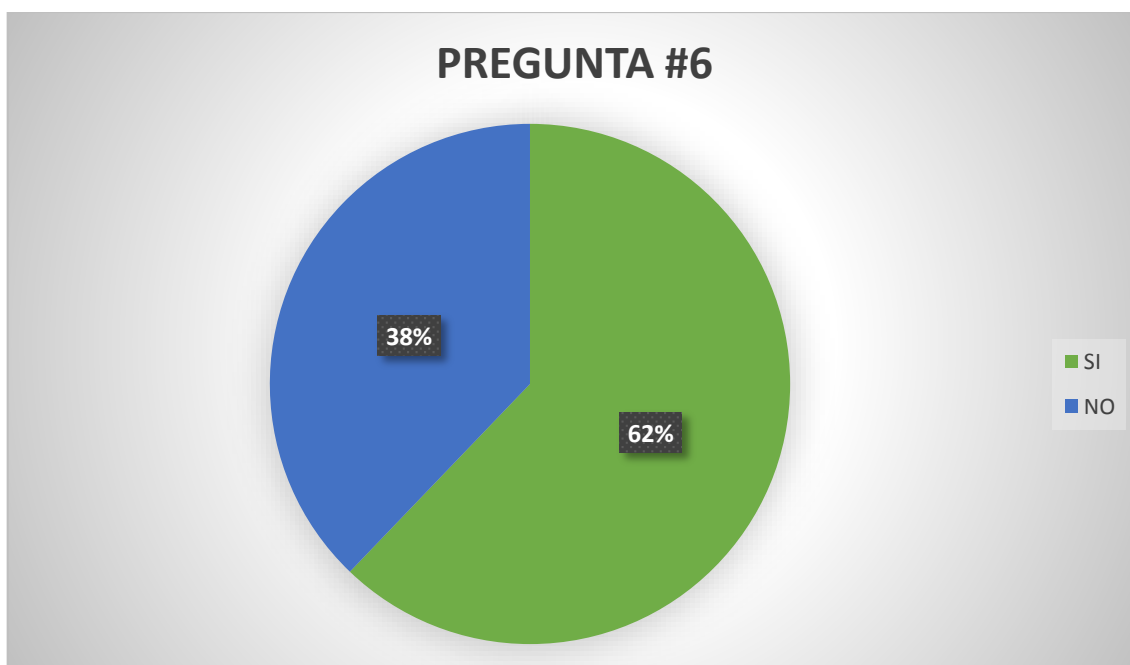
**¿Considera que existe accesibilidad o facilidad para llegar a los atractivos turísticos?**

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Si	235	62%
No	143	38%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Tabla 6.-** Considera que existe accesibilidad o facilidad para llegar a los atractivos turísticos

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Autora



**Gráfico 6.-** Considera que existe accesibilidad o facilidad para llegar a los atractivos turísticos

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Autora

**Análisis:**

Un margen de 62% de los encuestados considera que si existe una viabilidad o accesibilidad a los puntos turísticos de la ciudad de Quevedo, de forma integral podemos definir que los accesos satisfacen la interacción con la sociedad, sin embargo esto es en los puntos principales de la cabecera cantonal, y que gran parte de los puntos de referencia están en vías principales de primer orden, lo que facilita el traslado en su gran mayoría del trayecto, un 38% considera que no existe accesibilidad optima, puede reflejar ese grupo de atractivos que es de difícil acceso, o que en situaciones de gran afluencia de personas se vuelven intransitables.

De su punto de vista, en el siguiente listado marque lo que considera hace falta para mejorar el impulso de actividades turísticas en el Cantón Quevedo.

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Accesos, vías y senderos	119	32%
Promoción turística	148	39%
Participación comunitaria	24	6%
Mejor Infraestructura turística	87	23%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

Tabla 7.- De su punto de vista, en el siguiente listado marque lo que considera hace falta para mejorar el impulso de actividades turísticas en el Cantón Quevedo.

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

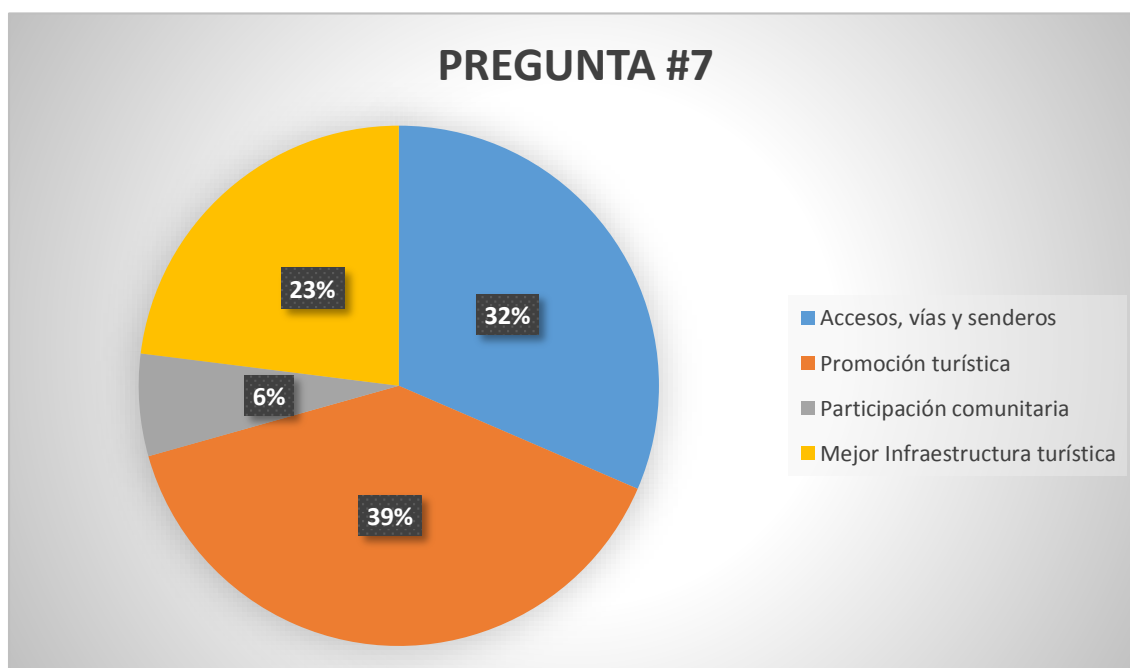


Gráfico 7.- De su punto de vista, en el siguiente listado marque lo que considera hace falta para mejorar el impulso de actividades turísticas en el Cantón Quevedo.

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

#### Análisis:

Podemos establecer una tendencia ajustada, sin embargo, debemos destacar el 6% de personas considera que no es necesario una solución la participación ciudadana más activa, propone soluciones circundantes al área de promoción pública con 39%, competencia directa del GADM Quevedo, y así mismo los acceso y vías con 32% y la infraestructura turística está arraigado directamente al control público, su promoción e incentivo de inversión.

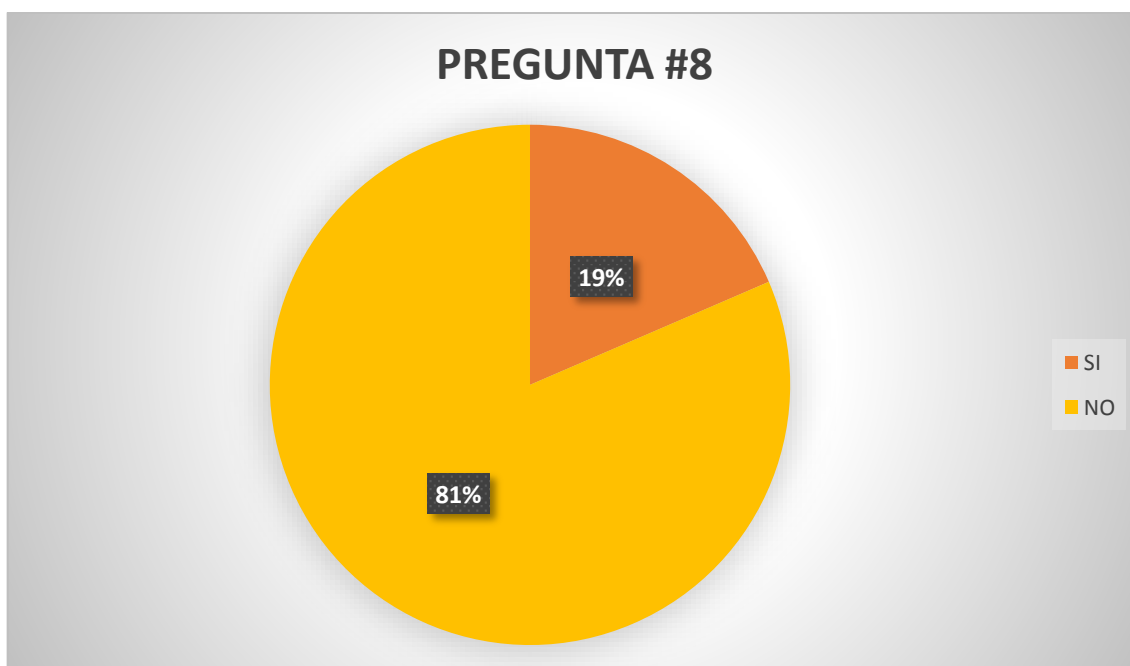
**¿Ha escuchado o visto alguna difusión de campaña publicitaria o de promoción sobre los atractivos turísticos del Cantón Quevedo?**

VARIABLES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJES
Si	70	19%
No	308	81%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Tabla 8.-** Ha escuchado o visto alguna difusión de campaña publicitaria o de promoción sobre los atractivos turísticos del Cantón Quevedo

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Autora



**Gráfico 8.-** Ha escuchado o visto alguna difusión de campaña publicitaria o de promoción sobre los atractivos turísticos del Cantón Quevedo

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Autora

**Análisis:**

Abrumadoramente el 81% de la población encuestada considera que no existe promoción cultural y turística, esto puede deber a la falta de planificación y proyectos integrales de promoción turística de parte de las autoridades cantonales de Quevedo, este amplio margen de respuesta es síntoma de un descuido en el área de turismo, un 19% considera que si existe o ha escuchado difusión de esta índole, puede deberse a espectáculos culturales o activaciones turísticas esporádicas o de temporada.

## **2.2. Situaciones detectadas**

Podemos definir qué ciudad de Quevedo posee atractivos turísticos desde varios sectores de interés para el turista, una gama de opciones gastronómicas y culturales pero todas ellas están siendo mal aprovechadas o desarrolladas, existen sitios que por su ubicación como el museo de la ciudad no abre los fines de semana, siendo puntos críticos donde la promoción turística es inexistente.

La dirección de Turismo del GAD Municipal de Quevedo no posee programas de promoción turística, su actividad principal es el desarrollo de los nuevos espacios de turismo gastronómico como la “Ruta del Río”, el cual es un punto de atractivo turístico con amplio margen de desarrollo, pero deja de lado los atractivos sostenibles y naturales que posee la ciudad.

La accesibilidad a ciertos espacios turísticos es precaria o ineficiente a la hora de recibir una amplia cantidad de turistas, esto sumado a la falta de dedicación de programas de desarrollo y recursos genera un desgaste de estos espacios y fomenta la deserción de asistencia en los mismos.



### **2.3. Soluciones planteadas**

Se debe realizar campañas de socialización de los atractivos turísticos que tiene Quevedo al momento, y estos generar una campaña para fortalecerlos, puesto que la pandemia del COVID-19 trajo una ola de desempleo y de abandono de este tipo de actividades, la promoción de estos puntos promoverá una cultura de emprendimiento.

Es necesario establecer planes de mejora de accesibilidad a todos los puntos de turismo importante, puesto que en la nueva normalidad se debe priorizar actividades al aire libre y de índole turística natural, estos deben contar con accesibilidad de primer orden para atender varios turistas y darles los distanciamientos pertinentes.

Es recomendable reestructurar los puntos turísticos a través de los órganos competentes, existen puntos turísticos que están cerrados por falta de fondos y proyectos de inversión, como el museo de la ciudad que se encuentra parcialmente abierto, es indispensable que estas reestructuraciones sean acompañadas de incentivos legales y económicos para los inversores.

## 2.4. Conclusiones

El GAD Municipal de Quevedo está a cargo de varios atractivos turísticos, sin contar que es el ente promotor principal de los atractivos de la ciudad, sin embargo su falta de presupuesto y burocracia ha sumido varios spots a ser subutilizados o directamente no ser utilizados, además de no contar con proyectos de accesibilidad para áreas que pueden ser promovidos como puntos de turismo recreativo y natural, al momento están centrados como autoridad la promoción de espacios turísticos nuevos como la “Ruta del Río” dejando de lado otros sitios de interés.

La Ciudad de Quevedo, su turismo tiene una percepción ciudadana de baja calidad, esto se debe a problemas nodulares que competen al mantenimiento y calidad de los espacios como museos o parques, estos al no tener mantenimiento, pese a ser de relevancia cultural no generan un impacto sociocultural.

La encuesta revelo falencias importantes en el desarrollo de los espacios de turismo que tiene el Cantón Quevedo, la ciudadanía considera que hace falta una verdadera política pública que permita un fortalecimiento y promoción de estas actividades, se pudo realizar con esta formación un inventario de los atractivos turísticos, su impacto social y la percepción social.

## **2.5. Recomendaciones**

Para fomentar la oferta turística e incrementar la demanda de estos servicios sociales y de interés comercial, es necesario una reforma a la dirección de turismo del GAD Quevedo, una propuesta de desarrollo integral que abarque obras de infraestructura que permitan establecer un desarrollo sostenido de estos espacios, preparando el terreno para una reactivación integral de este sector que solicita ayuda de sus autoridades.

Cada espacio cultural y turístico es importante, en la ciudad de Quevedo la cultura y promoción de las raíces culturales está enfocada en el Museo de la Ciudad como pináculo de la cultura local, pese a su importancia este espacio está cerrado, es necesario fomentar la acción social para el mantenimiento, promoción y asistencia a estas atracciones igual de importantes.

A través de la información levantada en relación al inventario de las actividades turísticas en el Cantón Quevedo se debe establecer planes de potenciamiento de los atractivos turístico, ya que como se logró plasmar previamente estos están subdesarrollados en segmentos de apreciación social baja.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ascanio Guevara, A. (2009). *Turismo Sustentable: el equilibrio en el siglo XXI*. Mexico: Trillas.
- Ashley, C. (2002). «*Methodology for Pro-Poor Tourism: Case Studies*». Londres: PPT Working Paper Series.
- Boullón, R. (2004). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Editorial Trillas.
- Carballiño, O. (2012). *Creación y desarrollo de productos turísticos*. BRASIL, SAO PAULO: AECIT.
- CERRO, F. (1993). *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. MADRID: Ministerio de Industria.
- Chok, S. (2007). *Tourism as a tool for poverty alleviation: a critical analysis of pro-poor tourism and implications for sustainability*. Buffalo: Channel View Publications.
- CUERVO, R. (1978). *Introducción al turismo*. MADRID: OIT.
- Fiallos, M. (2011). *Estatuto orgánico por procesos*. QUITO: MINTUR.
- Fuentes, G. (2012). *La importancia de contar con un inventario turístico en el Municipio: SECTUR*. Mexico: Secretaría de Turismo de México .
- Gascon, J. (2006). *Certificar el Turismo Solidario: ¿cómo?, ¿por quién?, pero sobre todo, ¿para qué?* Madrid: Global Tourism.
- Gascón, J. (2007). *Viajar a todo tren: Turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona: Elsevier.
- Honey, M. (1999). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Washington, D.C: Island Press.
- HOUGH, R. (1976). *Comparaciones empíricas entre las técnicas de Thurstone y Likert*. México, D.F: Trillas.
- Marcelo, V. (2006). *Matriz de evaluación del potencial turístico de localidades receptoras*. São Paulo: Universidade de São Paulo.
- Muñoz, O. (2016). *Los límites del turismo la intensificación del turismo l desvío de turistas desde otros destino mediterráneos*. Medellin: Mora.
- Porto, J. P. (2008). *Definición de turismo*. España: definicion.de.
- Wheelwright, N. M. (2000). *Ecology and Conservation of a Tropical Cloud Forest*. Oxford: Monteverde.

## ANEXOS



### Universidad Técnica de Babahoyo

#### Encuesta

Reciba un cordial saludo, al momento me encuentro realizando una investigación de carácter académico y científico que se denomina “Inventario de atractivos turísticos naturales y culturales para promover el turismo en el Cantón Quevedo, año 2020.” Nuestro objetivo es obtener la mayor información para poder dar solución a la problemática existente en esa área.

Conteste a las siguientes preguntas con la mayor sinceridad posible, gracias.

**Género:** Masculino ( ) Femenino ( )

**Rango de edad:** 18 – 25 ( ) 26 – 35 ( ) 36 – 45 ( ) Más de 45 ( )

**1. ¿Conoce usted de la existencia de atractivos turísticos de la ciudad de Quevedo?**

Si ( ) No ( )

**2. ¿Considera que existe una promoción de las actividades turísticas que tiene para ofrecer la ciudad de Quevedo?**

Si ( ) No ( )

**3. ¿Acostumbra asistir a actividades turísticas en el Cantón Quevedo?**

Si ( ) No ( )

**4. Del siguiente listado marque la actividad turística de su preferencia**

Rio San Pablo ( )

Playita de Jaime ( )

Puente Sur ( )

Pichilingue ( )

Museo de la Ciudad ( )

Zoológico de Quevedo ( )

**5. ¿Con que frecuencia acude a los atractivos turísticos del cantón Quevedo?**

Cada semana ( )

Cada 15 días ( )

Cada mes ( )

Cada 6 Meses ( )

Cada Feriado nacional o local ( )

**6. ¿Considera que existe accesibilidad o facilidad para llegar a los atractivos turísticos?**

Si ( )

No ( )

**7. De su punto de vista, en el siguiente listado marque lo que considera hace falta para mejorar el impulso de actividades turísticas en el Cantón Quevedo.**

Accesos, vías y senderos ( )

Promoción turística ( )

Participación Comunitaria ( )

Mejor infraestructura turística ( )

**8. ¿Ha escuchado o visto alguna difusión de campaña publicitaria o de promoción sobre los atractivos turísticos del Cantón Quevedo?**

Si ( )

No ( )

**Muchas gracias por su participación.**