



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

MODALIDAD: PRESENCIAL

**Informe final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la
obtención del Título de Licenciado en Turismo y Hotelería**

TEMA:

**“LOS ATRACTIVOS CULTURALES Y EL DESARROLLO DE LA
ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE AMBATO,
PROVINCIA DE TUNGURAHUA.”**

AUTOR: Caiza Revelo Oscar Fabián

TUTORA: Lcda. Carmen Isabel Vaca Vaca

Ambato-Ecuador

2013

*APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE
GRADUACIÓN O TITULACIÓN*

CERTIFICA:

Yo, Lic. Carmen Isabel Vaca Vaca con CC:180338142-3, en mi calidad de Tutora del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LOS ATRACTIVOS CULTURALES Y EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, desarrollado por el egresado Oscar Fabián Caiza Revelo, coinciden que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorice la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la comisión calificadora designada por el Consejo directivo.

Lcda. Carmen Isabel Vaca Vaca

TUTORA

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados, durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son exclusivamente responsabilidad de su autor.

Caiza Revelo Oscar Fabián

CC: 180436314-9

AUTOR

CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: **“LOS ATRACTIVOS CULTURALES Y EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.

Caiza Revelo Oscar Fabián

CC: 180436314-9

AUTOR

*Al Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias
Humanas y de la Educación:*

La comisión de estudio y calificación del informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LOS ATRACTIVOS CULTURALES Y EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”** presentado por el Sr. Oscar Fabián Caiza Revelo egresado de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción 2011 – 2012, una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en razón de que cumple con los principios básicos , técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

Ambato, 08 de Julio del 2013

Ing. Diego Fernando Melo Fiallos

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Lcdo. Raúl Tamayo Soria

MIEMBRO

Ing. Javier Sánchez Guerrero

MIEMBRO

Dedicatoria

La presente tesis la dedico con mucho amor y cariño primeramente a dios por darme la vida y sabiduría para culminar el proyecto, A mi familia, en especial a mis padres Mario Caisa y Cristina Revelo quienes siempre confiaron en mí y me apoyaron invariablemente consiguiendo con su esfuerzo la culminación de mi carrera profesional, a mi esposa Roció y mi hijo Mathias quienes son mi fuerza y razón de seguir adelante.

Agradecimiento

De manera especial a la Lcda. Carmen Vaca, Directora de mi Tesis, por ser la persona que me guió durante el desarrollo del presente trabajo, de igual manera a todos mis maestros por toda su enseñanza y dedicación que recibí durante el desarrollo de mi carrera universitaria.

Un agradecimiento especial a la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, por albergarme en sus aulas y así contribuir al logro de mis metas y sueños.

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

| | |
|---|------|
| <i>Portada</i> | i |
| <i>APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN</i> | ii |
| <i>AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN</i> | iii |
| <i>CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR</i> | iv |
| <i>Al Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación:</i> | v |
| <i>Dedicatoria</i> | vi |
| <i>Agradecimiento</i> | vii |
| <i>INDICE GENERAL DE CONTENIDOS</i> | viii |
| <i>INDICE DE GRAFICOS</i> | xii |
| <i>INDICE DE ILUSTRACIONES</i> | xiii |
| <i>INDICE DE TABLAS</i> | xiv |
| <i>RESUMEN EJECUTIVO</i> | xv |
| | |
| <i>INTRODUCCIÓN</i> | 1 |

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

| | |
|------------------------|---|
| <i>1.1 Tema:</i> | 2 |
|------------------------|---|

| | |
|---|---|
| 1.2 Planteamiento del problema..... | 2 |
| 1.2.1 Contextualización..... | 2 |
| 1.2.2 Análisis Crítico..... | 4 |
| Árbol de problemas | 4 |
| 1.2.3 Prognosis | 5 |
| 1.2.4 Formulación del problema | 6 |
| 1.2.5 Preguntas directrices | 6 |
| 1.2.6 Delimitación del objeto de investigación..... | 6 |
| 1.3 Justificación..... | 7 |
| 1.4 Objetivos | 8 |
| 1.4.1 General | 8 |
| 1.4.2 Específicos | 8 |

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

| | |
|---------------------------------------|----|
| 2.1 Antecedentes investigativos | 9 |
| 2.2 Fundamentación filosófica..... | 10 |
| 2.3 Fundamentación Axiológica | 10 |
| 2.4 Fundamentación legal | 11 |
| 2.5 Categorías fundamentales. | 13 |
| 2.5.1 Turismo | 17 |
| 2.5.2 Atractivos Turísticos | 17 |
| 2.5.3 Los Atractivos Culturales..... | 20 |
| 2.5.4 Sistema Turístico..... | 30 |

| | |
|---|----|
| 2.5.5 Elementos del Sistema Turístico..... | 31 |
| 2.5.6 Actividad Turística..... | 35 |
| 2.6 Hipótesis..... | 49 |
| 2.7 Señalamiento de las variables de la hipótesis | 49 |

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

| | |
|---|----|
| 3.1 Enfoque de la investigación | 50 |
| 3.2 Modalidad básica de investigación | 50 |
| 3.3 Nivel de Investigación..... | 51 |
| 3.4 Población y Muestra..... | 51 |
| 3.5 Operacionalización de Variables..... | 53 |
| 3.6 Recolección de la Información..... | 55 |
| 3.7 Procesamiento y Análisis de la Información..... | 56 |

CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

| | |
|---|----|
| 4.1 Análisis de los resultados | 57 |
| 4.3 Verificación de Hipótesis..... | 88 |
| 4.3.1 Planteamiento de la hipótesis | 88 |
| 4.3.2 Selección del nivel de significación..... | 88 |
| 4.3.3 Descripción de la población | 88 |
| 4.3.4 Especificación de lo estadístico | 88 |

| | |
|--|----|
| 4.3.5 Recolección de datos y cálculo estadístico | 89 |
|--|----|

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| | |
|-----------------------|----|
| Conclusiones: | 90 |
| Recomendaciones:..... | 91 |

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

| | |
|--|-----|
| 6.1 Datos Informativos | 93 |
| 6.2. Antecedentes de la Propuesta..... | 94 |
| 6.3 Justificación..... | 94 |
| 6.4 Objetivos | 95 |
| 6.4.1 General | 95 |
| 6.4.2 Específicos | 95 |
| 6.5 Análisis de Factibilidad..... | 96 |
| 6.6 Fundamentación | 96 |
| 6.7 Metodología | 98 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 108 |
| ENLACES DE PAGINAS WEB | 109 |
| ANEXOS..... | 110 |

INDICE DE GRAFICOS

| | |
|-----------------|----|
| Gráfico 1..... | 58 |
| Gráfico 2..... | 60 |
| Gráfico 3..... | 62 |
| Gráfico 4..... | 64 |
| Gráfico 5..... | 66 |
| Gráfico 6..... | 68 |
| Gráfico 7..... | 70 |
| Gráfico 8..... | 72 |
| Gráfico 9..... | 74 |
| Gráfico 10..... | 76 |
| Gráfico 11..... | 78 |
| Gráfico 12..... | 80 |
| Gráfico 13..... | 82 |
| Gráfico 14..... | 84 |
| Gráfico 15..... | 86 |

INDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|--|----|
| Ilustración 1..... | 4 |
| Ilustración 2..... | 14 |
| Ilustración 3 Constelación de Ideas..... | 15 |
| Ilustración 4 Constelación de Ideas..... | 16 |
| Ilustración 5 Muestra..... | 52 |
| Ilustración 6 Variable Independiente | 53 |
| Ilustración 7 Variable Dependiente..... | 54 |
| Ilustración 8 Recolección de la información..... | 55 |
| Ilustración 9 Metodología | 98 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1..... | 58 |
| Tabla 2..... | 60 |
| Tabla 3..... | 62 |
| Tabla 4..... | 64 |
| Tabla 5..... | 66 |
| Tabla 6..... | 68 |
| Tabla 7..... | 70 |
| Tabla 8..... | 72 |
| Tabla 9..... | 74 |
| Tabla 10..... | 76 |
| Tabla 11..... | 78 |
| Tabla 12..... | 80 |
| Tabla 13..... | 82 |
| Tabla 14..... | 84 |
| Tabla 15..... | 86 |
| Tabla 16 Frecuencias Esperadas y Observadas..... | 88 |
| Tabla 17 Recolección de datos..... | 89 |
| Tabla 18 Presupuesto de la propuesta | 93 |

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
EN LA MODALIDAD DE ESTUDIOS PRESENCIAL

RESUMEN EJECUTIVO

TÉMA:“LOS ATRACTIVOS CULTURALES Y EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.

AUTOR: Oscar Fabián Caiza Revelo

TUTOR: Licda. Carmen Isabel Vaca Vaca

Resumen: El presente trabajo, titulado “Los Atractivos Culturales y el desarrollo de la Actividad Turística de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua” tiene como uno de sus objetivos determinar la importancia de los atractivos culturales que tiene la ciudad con el fin de poder sugerir cambios positivos y de esta manera desarrollar el Turismo de la ciudad de Ambato.

Con el afán de saber, si los habitantes y turistas conocen los Atractivos culturales que posee la ciudad de Ambato se determinó una población de 375 elementos de estudio, con quien se realizó una encuesta para determinar el nivel de conocimiento del turista interno y externo sobre los atractivos culturales que posee la ciudad de Ambato.

En el presente proyecto se recalca la importancia del desarrollo turístico en base a la promoción de los distintos lugares turísticos de la ciudad de Ambato ya que esta ciudad tiene hermosos lugares los cuales deberían ser explotados positivamente para mejorar la economía de la ciudad misma y del país en general. Además este proyecto servirá de base e iniciativa para la promoción Turística y nos dará a conocer los lugares sobresalientes de la ciudad de Ambato ya que ni los propios habitantes de la ciudad saben que existe o que representa en nuestra historia.

La personificación dentro de las Quintas y Museos no es algo nuevo en el país pero si lo será en la ciudad de Ambato, esto es una forma de llegar al turista no solo para que vaya con una buena impresión sino para que regrese con nuevos turistas y vivan la nueva forma de guiar en dichos lugares.

Debemos tomar en cuenta que este proyecto es sumamente importante porque aquí vamos a dar a conocer que la ciudad tiene atractivos culturales, tradicionales y una buena infraestructura para recibir a los turistas.

Palabras Claves: Cultura, Desarrollo, Personificación, Sustentabilidad, Innovación, Estrategias, Turismo, Potencializar, Fortalecer, Ejecución.

INTRODUCCIÓN

La actividad turística, se ha ido incrementando progresivamente de tal manera que se ha convertido en un elemento de desarrollo indiscutible, la práctica del turismo en el Ecuador ha generado nuevas tendencias en los viajeros, ellos han experimentado cambios en el modo de consumo del turismo, exigen mayor calidad en los productos turísticos, en el entorno y en los servicios, por tal motivo el Turismo Cultural es importante perfeccionarla en la ciudad para brindar la mejor experiencia cultural acompañada de paisajes encantadores que poseen las quintas en la ciudad de Ambato.

El presente trabajo se ha realizado mediante una investigación de campo por medio de aplicación de encuestas a los turistas que llegan al cantón con el fin de detectar que se puede implementar y mejorar.

El capítulo I se detalla el problema y su importancia, los objetivos que se pretenden alcanzar al concluir este estudio. En el II capítulo parte del antecedente investigativo se establece el enfoque crítico propositivo y las categorías fundamentales como soporte científico para al final establecer la hipótesis. El capítulo III se detalla la metodología a seguir, su modalidad básica, tipos de investigación, se toma en cuenta la población y muestra con que se realizó el estudio investigativo, se da a conocer como se recogió y proceso la información, el capítulo IV se realizó el análisis e interpretación de resultados mediante la presencia de gráficos y cuadros de datos obtenidos en el estudio, el capítulo V recoge las conclusiones logrados en este trabajo y plantea las recomendaciones para las autoridades locales de Turismo, en el capítulo VI se detalla paso a paso la propuesta a seguir para solucionar el problema de la Investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema:

Los Atractivos Culturales y el desarrollo de la Actividad turística de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua.

1.2 Planteamiento del problema.

1.2.1 Contextualización.

En investigaciones que se han realizado sobre turismo a nivel de país se puede decir que el turismo cultural es una alternativa de desarrollo económico y social el cual debe fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, que debe beneficiar a todos los actores involucrados, que sea viable económicamente y equitativo, comercialmente rentable, ecológicamente sostenible, socioculturalmente aceptable y que proporcione un alto grado de satisfacción al turista.

El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por las economías locales, deberá integrar y contribuir positivamente al desarrollo de las economías regionales, promoviendo las formas alternativas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible: turismo de aventura, agroturismo, turismo de estancia, observación de la flora y fauna, turismo científico, y turismo cultural e histórico. Estas constituyen diferentes modalidades de la nueva tendencia de turismo alternativo.

Todas las nuevas formas de turismo harán de este un movimiento activo productivo lo cual ayudará claramente al fortalecimiento del turismo en todas las temporadas del año y no solo en feriados, la contribución activa del turismo al desarrollo sostenible presupone la solidaridad, la participación de todos los actores involucrados en el sector, tanto públicos como privados. Esta concertación debe establecer los mecanismos eficaces de cooperación en todos los niveles: local, nacional, regional e internacional, organismos públicos, privados y ONGs. El desarrollo del turismo sustentable en lo concerniente a atractivos turísticos e históricos puede abastecer necesidades económicas y sociales, a la vez mantiene e integra una cultura turística con distracción activa turísticamente.

Se ha visto que en la provincia de Tungurahua se está desarrollando promoción turística que abarca una aceptación regular pero no está fortalecida porque falta un estudio regular durante todo el año para poder decir que estamos posicionados en el mercado como un destino que no necesita publicidad masiva sino más bien una publicidad leve para estar a la vanguardia de turismo con múltiples opciones de distracción para todos los gustos desde el turismo histórico hasta el turismo de relax.

En la ciudad de Ambato se trata al sector turístico como algo que se vende solo ya que los esfuerzos técnicos que realizan las autoridades del departamento turístico no llenan las expectativas de la exigente demanda por lo cual ahora se pretende que el futuro de este sector sea el mejor ya por el desarrollo de la ciudad y del país, en Ambato existen muchos lugares que se puede explotar de diferentes métodos. Esta investigación permitirá sacar conclusiones y emitir recomendaciones a todos los interesados en realizar esta actividad. Podemos advertir que este proyecto es viable por sus diferentes características que tiene esta provincia en cuanto a recursos e infraestructura turística se refiere.

1.2.2 Análisis Crítico

Árbol de problemas

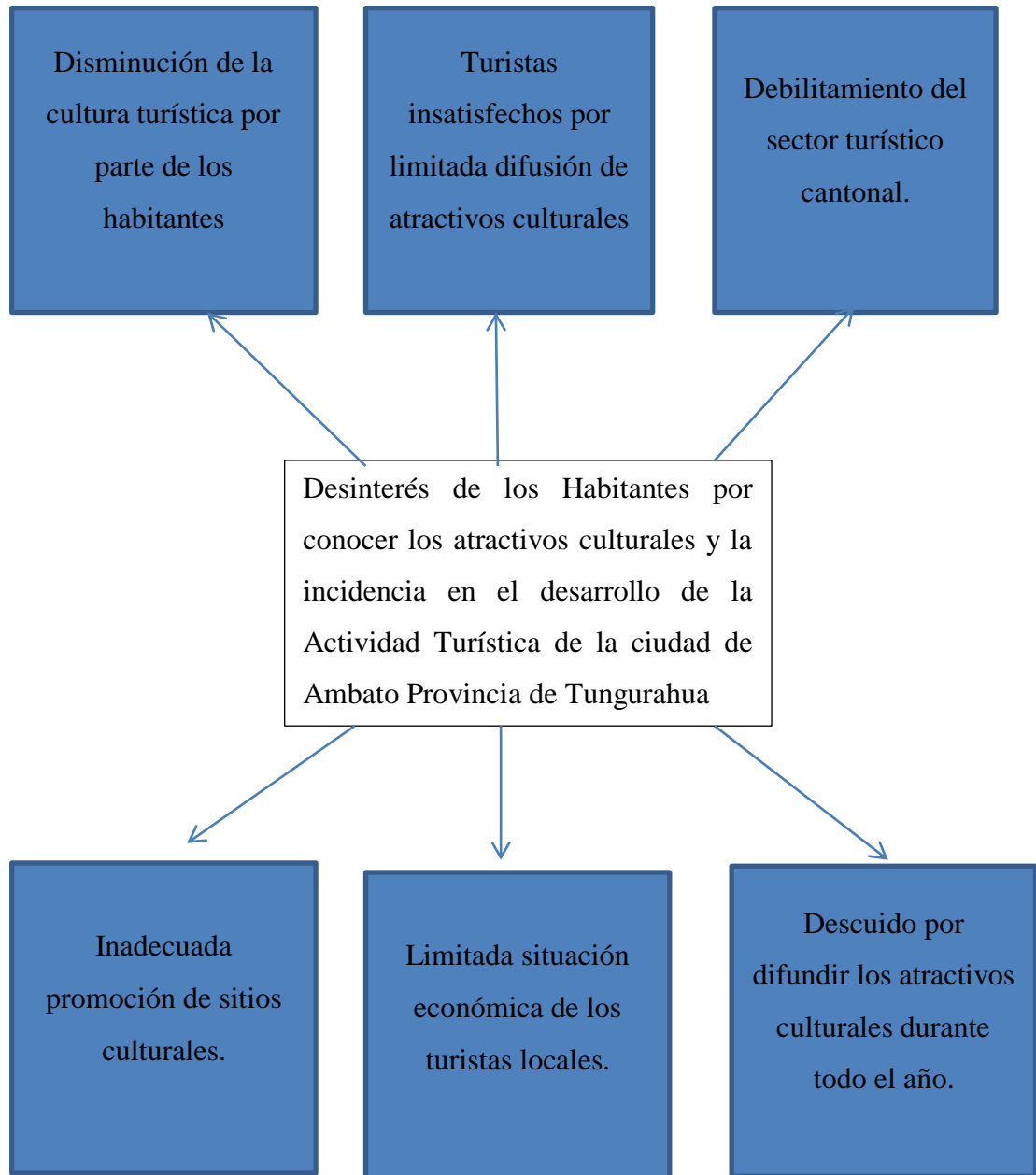


Ilustración 1
Árbol de Problemas
Fabián Caiza

El desinterés de los habitantes por conocer los atractivos culturales de la ciudad y el impacto que genera en la Actividad Turística, se debe a las siguientes causas como la inadecuada promoción de sitios culturales que junto con la limitada situación económica de los turistas locales que además con el descuido por difundir los atractivos culturales durante todo el año ocasiona consecuencias negativas ya que el turismo cultural es una actividad fundamental para el desarrollo económico, social, cultural y ecológico de los países, ya que es un segmento económico de mucho potencial en la generación de riquezas que acompañado de elementos sociales y culturales es una alternativa para el desarrollo integral de los diferentes sectores.

La causas mencionadas generan los siguientes efectos: disminución en la cultura turística por parte de los habitantes a la vez esto genera que los turistas estén insatisfechos lo que consecuentemente provocara el debilitamiento del sector turístico provincial, en vista de lo anterior y conociendo que la ciudad de Ambato cuenta con la infraestructura básica necesaria, los recursos y atractivos culturales para ser potenciados y poder convertirse en uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional.

1.2.3 Prognosis

Al no encontrar una solución clara sobre el desarrollo turístico cultural en la Ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua, se seguirá perdiendo turistas potenciales directos e indirectos que podrían ayudar al desarrollo turístico de todos los lugares de la ciudad y no lugares ya conocidos, ya que existen museos, quintas que puede ser la solución para caminar a crear una cultura turística que sea beneficiosa para todos, ya que si no se fomenta el desarrollo turístico cultural no se avanzará en temas importantes como infraestructura, tecnología y esto hará que ciudades vecinas fomenten el turismo cultural y la ciudad de Ambato se vea en retroceso sobre el desarrollo en temas de turismo.

1.2.4 Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de importancia de los Atractivos Culturales en el desarrollo de la Actividad turística de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua?

1.2.5 Preguntas directrices

¿Cuáles son los Atractivos Culturales que inciden en el desarrollo de la Actividad turística de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua?

¿Qué tipo de Atractivos Culturales tiene la ciudad de Ambato?

¿Qué estrategias se puede implementar para fomentar el desarrollo de los Atractivos culturales en la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua?

1.2.6 Delimitación del objeto de investigación

Campo: Investigativo

Área: Turismo

Aspecto: Desarrollo Turístico Cultural

Delimitación espacial: La investigación se llevará a cabo en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.

Delimitación Temporal: El siguiente trabajo se realizará desde el mes de octubre del 2012 hasta mayo del 2013.

1.3 Justificación

Hoy en día el turismo es un importante motor de desarrollo socioeconómico, una herramienta utilizada por diversos países, que permiten aportar con la actividad turística del sector como el pilar fundamental de la economía, siendo una actividad de mucha jerarquía por su incidencia en la generación de empleo y mejor condición de vida de la sociedad.

El Turismo Cultural es importante y sirve como base para iniciar el desarrollo turístico dentro del lugar a realizar la investigación, generando nuevos espacios de atracción turística, para de esta manera ser competentes en el mercado turístico y de esta forma que el turismo cultural ya no solo sea pasajero sino que sea permanente, convirtiéndose a la vez en referente turístico cultural en el centro del país.

De acuerdo a las diferentes opciones turísticas de la ciudad de Ambato, representan un extraordinario potencial económico y cultural que requieren una conciencia clara de la trascendencia de su aprovechamiento, la necesidad de relacionar todos los esfuerzos e intereses en un solo objetivo para el fortalecimiento y fomento del turismo a través del patrimonio cultural de la ciudad de Ambato. Se desarrolla la investigación con el fin de aprovechar el potencial turístico e histórico de la ciudad, para determinar la importancia en el desarrollo de la actividad turística, proponiendo mejoras en la adecuada promoción turística permanente.

Con el presente trabajo se pretende dar impulso al desarrollo turístico, en la cual se va a contribuir en el fortalecimiento del sector turístico en la ciudad de Ambato lo cual beneficiará principalmente a la ciudad ya que se espera que la afluencia de turistas locales y nacionales aumente y directamente beneficiará al

ejecutor que al presentar el trabajo a las autoridades pertinentes se darán cuenta de la importancia de la temática y apoyaran de forma íntegra la ejecución del mismo.

El desarrollo y ejecución del trabajo es muy factible ya que la inversión será la misma que manejen los representantes de turismo provincial porque lo que se hará es darle el estudio que se está realizando y mejorar la promoción del turismo cultural de la ciudad de Ambato.

1.4 Objetivos

1.4.1 General

- Analizar el nivel de importancia de los atractivos culturales en el desarrollo de la Actividad Turística de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua

1.4.2 Específicos

- Identificar los atractivos culturales de la ciudad de Ambato.
- Determinar la participación de los habitantes en el aporte del desarrollo de las actividades culturales para fomentar el turismo de la ciudad.
- Proponer proyectos del estudio de los atractivos Culturales que potencialicen el valor cultural que tiene la ciudad de Ambato.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

En temas similares al presente trabajo investigativo sobre “Los Atractivos Culturales y el desarrollo de la Actividad turística de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua” se han encontrado conceptos y estudios que servirán como sustento al tema presentado, los mismos que se menciona a continuación:

Según Puente Lucero Gloria Paulina (2009), en el tema “Promoción turística de la ciudad de Ambato y su importancia en el desarrollo turístico de la provincia de Tungurahua durante el período octubre 2008 hasta abril 2009”, quién plantea como objetivo general determinar la incidencia de la promoción turística de la ciudad de Ambato en el desarrollo turístico de la provincia de Tungurahua, ha llegado a la conclusión de que es fundamental la promoción turística de la ciudad de Ambato para el desarrollo cultural, económico y social del sector, así como también se concluye que con la investigación se está ayudando e incentivando a la promoción de la ciudad de Ambato y de esa manera darse a conocer por los turistas nacionales e internacionales; y, para finalizar como recomendación manifiesta que las autoridades se enfoquen más en el ámbito turístico, tomando en cuenta que está es una actividad nueva y que traerá grandes cambios para la ciudad y de esa manera se podrá desarrollar más y mejoraría la calidad de vida de los habitantes.

Por otra parte se encontró otro tema similar de Carmen del Rosario Villena Díaz (2009), en su trabajo de investigación "La Restauración y conservación de la casa de Montalvo para potencializar el Turismo cultural en la ciudad de Ambato" quien plantea como objetivo general desarrollar un programa de restauración y conservación de la casa de Montalvo de la ciudad de Ambato tendiente a incrementar el flujo turístico, ha llegado a la conclusión que se determinó la procedencia y la cantidad promedio de visitantes a la casa de Montalvo, de igual manera la autora concluyó que se debería incrementar estrategias publicitarias en los medios de comunicación, ya que estos son de mayor alcance para el turista; y, para finalizar como recomendaciones indica que se debe continuar haciendo este tipo de sondeos, para constatar si la restauración y conservación de la casa de Montalvo cumplirá con los objetivos plantados.

2.2 Fundamentación filosófica.

El tema de trabajo de investigación se enmarca en el paradigma crítico propositivo, ya que el mismo brinda un pensamiento realista y un punto de vista subjetivo en cualquier tema que se quiere abordar, al mismo tiempo esta investigación busca la sostenibilidad cultural, por cuanto el hombre es agente activo del desarrollo de la producción de las actividades culturales y turísticas que no debe circunscribirse a una simple observación de los acontecimientos, sino a una exploración, análisis, comprensión e indagación de alternativas de solución que deben ser alcanzados por la interrelación del investigador y los involucrados.

2.3 Fundamentación Axiológica

El presente trabajo investigativo está encaminado y tiene relación con valores fundamentales como es respeto al patrimonio cultural porque es básico si

se quiere mantener en un estado aceptable el patrimonio, así como también el trabajo en equipo por la importancia de ser todos uno solo en busca de la conservación de los recursos culturales que existen, sin olvidar la cooperación (ayudándose para conseguir un bien común) la superación (volviendo a intentarlo siempre). Se Debe indicar que todos estos valores son indispensables para lograr el desarrollo turístico de la ciudad de Ambato.

2.4 Fundamentación legal

El presente trabajo de investigación está relacionado con la Ley de Turismo que en el Capítulo IV redacta lo siguiente:

Artículo 76.- De la Promoción.- Con el objeto de consolidar la identidad e imagen turística del Ecuador en el ámbito nacional e internacional, el Ministerio de Turismo dictará las políticas y el marco referencial a efectos de posicionar al país como destino turístico.

La gestión de la promoción turística le corresponde al Ministerio de Turismo en conjunto con el sector privado. Los medios de la promoción y el mercadeo del Ecuador, sin que sean un limitante serán canales convencionales como ferias, talleres, viajes de familiarización, viajes de periodistas, congresos, exposiciones, entre otros no convencionales como servicios de información turística, Internet y material promocional, etc.

La ejecución de la promoción turística del Ecuador se realizara con estricta sujeción al Plan Estratégico de Desarrollo Sectorial, Políticas Sectoriales, Plan de Competitividad Turística y Plan Nacional de Mercadeo, los mismos que serán utilizados como herramientas fundamentales y el Sistema de inteligencia de Mercados.

Artículo 77.- El patrimonio autónomo contará con los ingresos previstos en el artículo 40 de la Ley.

Artículo 40.- Funcionamiento.- Los Comités de Turismo no son órganos permanentes y por lo tanto se constituirán y funcionarán cuando sea necesario, por decisión del Ministerio de Turismo o por requerimiento del sector privado, para coordinar y concertar la ejecución de actividades entre los distintos actores del sector turístico vinculados en un clúster o cadena productiva.

Así como también en el Capítulo IX que dice:

Artículo 39.- Para la promoción del turismo interno y receptivo del Ecuador, continuará funcionando el Fondo de Promoción Turística del Ecuador, constituido a través de la suscripción de un contrato irrevocable de fideicomiso mercantil, siendo el Estado el constituyente y beneficiario del mismo.

Este patrimonio autónomo estará gobernado por el Consejo de Promoción del Turismo del Ecuador; que estará conformado por el Ministro de Turismo, o su delegado; el Ministro de Relaciones Exteriores, o el Subsecretario del Ministerio de Relaciones Exteriores a cargo de asuntos económicos como su delegado; y por el Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo FENACAPTUR, o, su delegado. El Ministro de Turismo tendrá voto dirimente. También formarán parte de este Consejo con voz, pero sin voto 3 delegados de los organismos gremiales de turismo reconocidos por el Ministerio de Turismo, los cuales serán elegidos por un colegio electoral a cargo de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo FENACAPTUR, quienes deberán tener experiencia empresarial en mercadeo y recogerán el criterio de todas las organizaciones nacionales de turismo.

Artículo 40. - El patrimonio autónomo contará con los siguientes ingresos:

a) La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo;

b) El producto de la venta de bienes inmuebles de propiedad del Ministerio de Turismo;

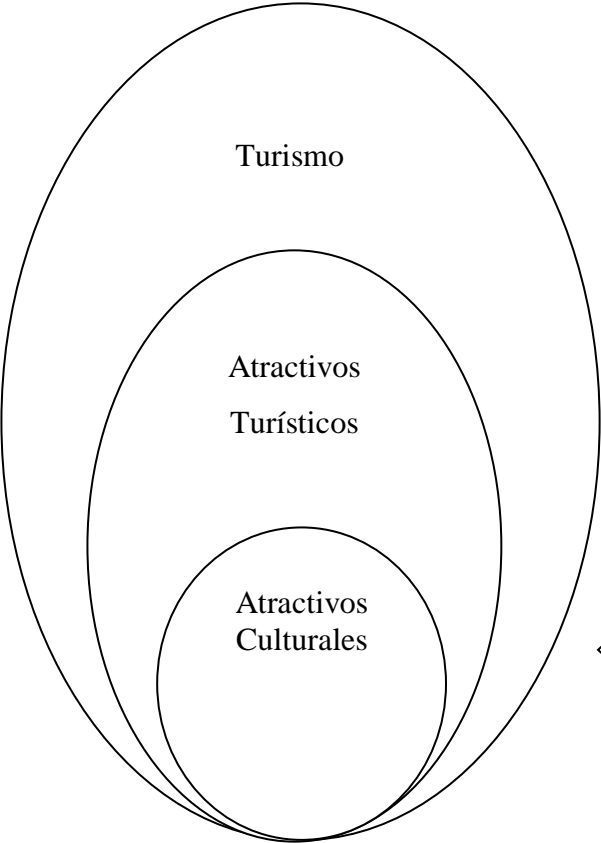
- c) Los valores por con cesión de registro de turismo;
- d) Cualquier otro ingreso que no sean los ordinarios, del Presupuesto General del Estado para gasto corriente del ministerio;
- e) Una partida para capitalizar el patrimonio que anualmente se establecerá en el Presupuesto General del Estado. Adicionalmente la contribución de US \$5.00 por cada pasaje aéreo que se venda en el Ecuador para viajar fuera del país, que se cobrará en la forma que establezca el Reglamento a esta ley;
- f) Los fondos provenientes de gobiernos de países amigos, de organismos internacionales o cualquier otra donación que se efectuó en el patrimonio autónomo; y,
- g) Los valores que se recauden por legados y donaciones de sociedades y personas naturales o jurídicas. La deducción se aplicará hasta un máximo del 10% de la base imponible del ejercicio económico del año en que haga la donación.

Artículo 41. - El patrimonio autónomo gozará de exoneración y franquicia postal y aduanera para sus importaciones.

2.5 Categorías fundamentales.

El establecer bases conceptuales a partir de las variables, permiten orientar de mejor manera los aspectos esenciales a la investigación.

VARIABLE INDEPENDIENTE



VARIABLE DEPENDIENTE

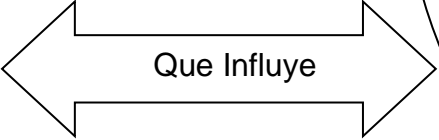
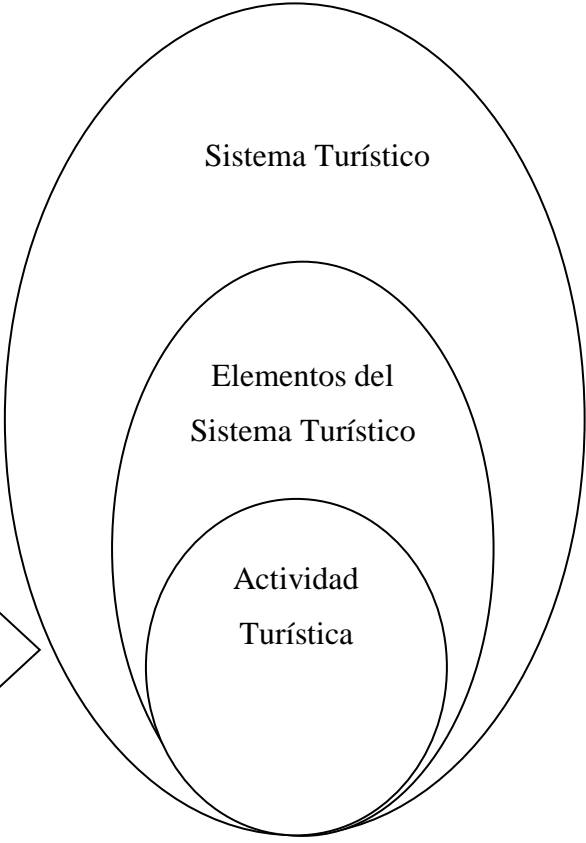


Ilustración 2
Variables
Fabián Caiza

2.6 Constelación de Ideas

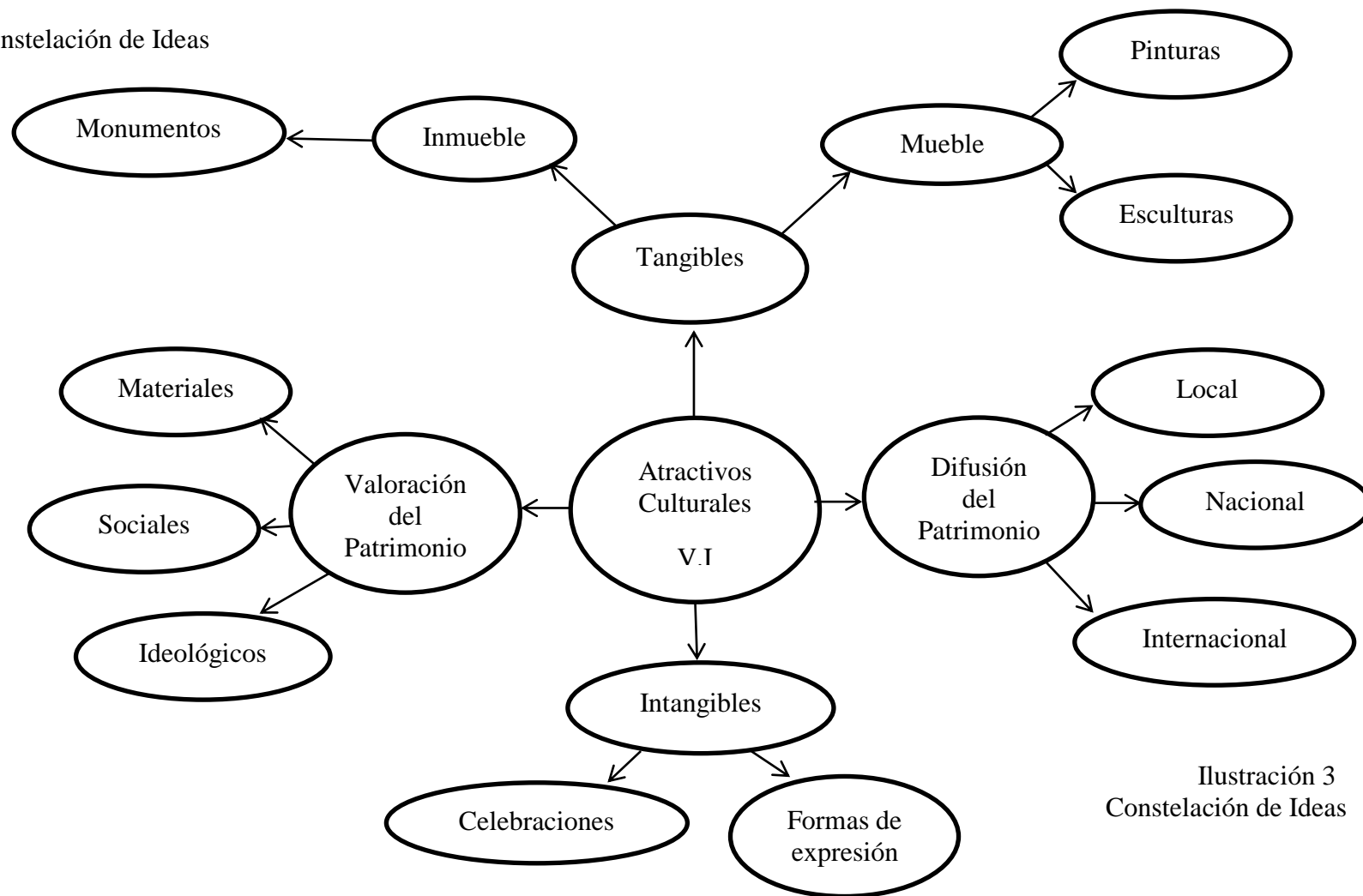


Ilustración 3
Constelación de Ideas

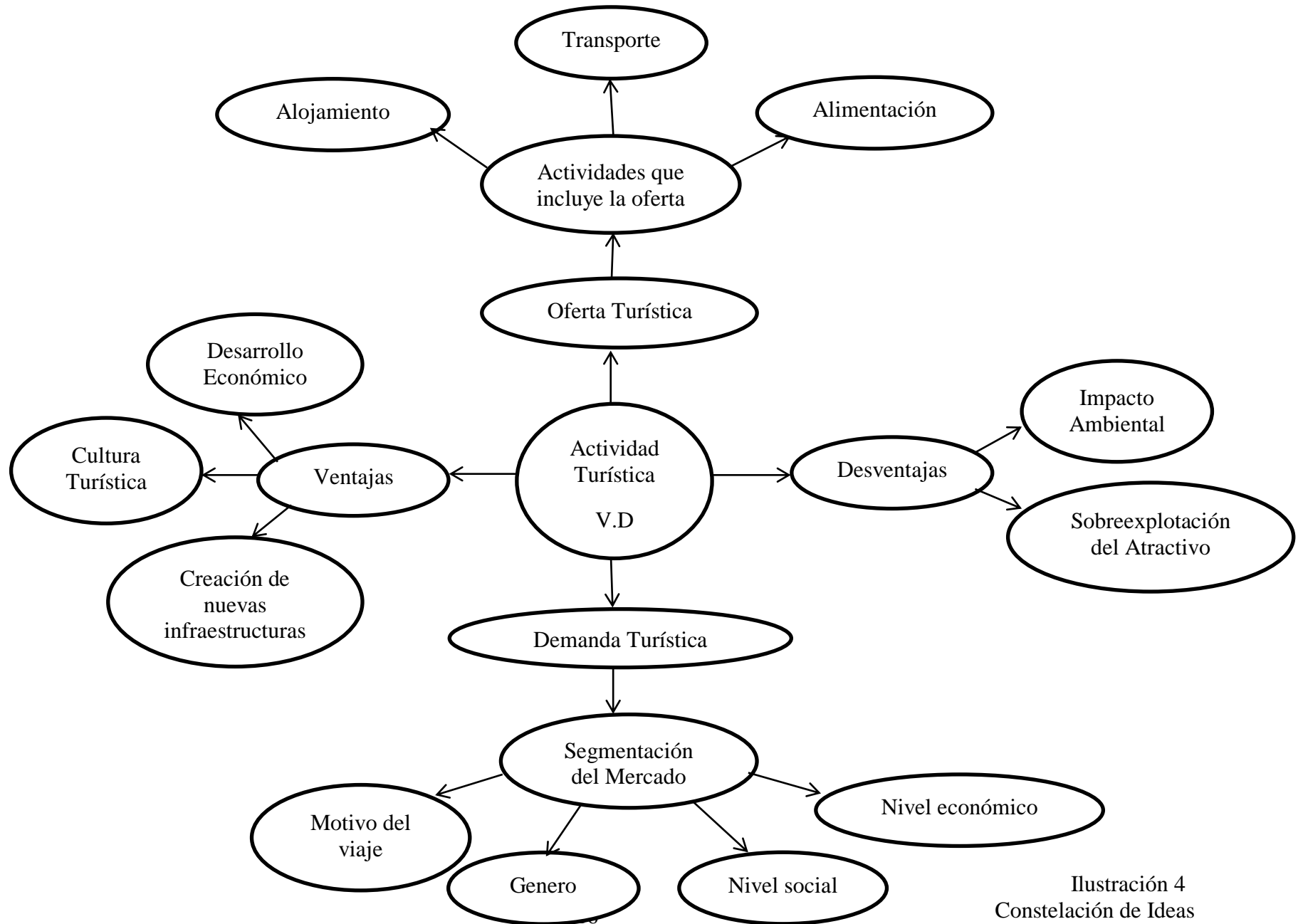


Ilustración 4
Constelación de Ideas

2.5.1 Turismo

2.5.1.1 Generalidades

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (1998), el turismo comprende las actividades que lo hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos similares.

El escritor David Martín Rendón Coñaíla,(2009), define que el Turismo es ciencia "La turismología" como: "Ciencia Social de carácter fáctico, dado por un proceso ordenado, que incluye distintas acciones de motivación, desplazamiento y uso del espacio turístico, la planta que lo soporta, su estructura y súper estructura por parte del homos turisticus"

2.5.2 Atractivos Turísticos

2.5.2.1 Generalidades

Según Damián Moragues Cortada (2006), atractivo turístico es un bien tangible o intangible que provoca una motivación de visitación por parte de la demanda (visitantes). Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

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

Por otro lado (Tabares, 1986) lo expone como todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo solo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motivan al viajero de abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Respecto a la actividad turística, guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada valen sobre el mercado si no son puestos en valor y explotados y como los naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables.

2.5.2.2 Clasificación de los Atractivos Turísticos

Los atractivos turísticos se clasifican en:

- **Acontecimientos programados:** Artísticos (festival de cine); carnavales; eventos deportivos y multideportivos (juegos olímpicos); exposiciones y ferias; juegos.
- **Folclore:** artesanías y artes populares, creencias populares y manifestaciones religiosas, danza y música, ferias y mercados, gastronomía (bebidas y comidas típicas); grupos étnicos; arquitectura popular y espontánea.

- **Museos y manifestaciones culturales históricas:** Galerías de arte y museos, obras de arte y técnica; lugares históricos, ruinas y sitios arqueológicos.

- **Realizaciones artísticas, científicas o técnicas contemporáneas:** Explotaciones agropecuarias, explotaciones industriales, explotaciones mineras; obras de arte; centros científicos y técnicos; técnica.

- **Sitios naturales:** Balnearios y costas, montañas, planicies; caídas de agua, lagos, lagunas y esteros, ríos y arroyos; cavernas y grutas; lugares de caza y pesca, lugares de observación de flora y fauna: caminos y senderos pintorescos, parques nacionales y reservas de flora y fauna; termas.

2.5.3 Los Atractivos Culturales

Según la OMT (2005), Los Atractivos Culturales son una modalidad de turismo que hace hincapié en aquellos aspectos culturales que oferta 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, etc.

Los atractivos culturales son por definición todo aquello que atrae al turista, y constituye una parte importante del turismo. Estos toman diversas formas que según parece solo están limitadas por la imaginación (Lundberg, 1986).

2.5.3.2 Reseña de Los Atractivos Culturales

Según el Ministerio de Turismo, de la cámara de turismo de Tungurahua, para saber el potencial de atractivos culturales que se dará un recorrido por los lugares más conocidos con respecto a lo histórico y de distracción en la ciudad de Ambato.

- Jardín Botánico Atocha – La Liria. Aquí se resaltaré la amplia biodiversidad de este sector de la patria, constituida entre otras por varias especies endémicas que fueran estudiadas por el gran investigador Luís A. Martínez y otros históricos primeros eucaliptos cultivados en nuestro país por Juan León Mera.

Es el único atractivo inigualable, un jardín botánico combinado con dos bellas Quintas de las familias Los Mera y Los Martínez, atesoran un ambiente natural. Juan León Mera y Luís A. Martínez, componen una de las reservas botánicas más importantes del País. A pesar del incremento urbano, las propiedades de las familias se han mantenido en su extensión de aproximadamente 14 has.

- Quinta de Juan León Mera Es una Quinta que perteneció al ilustre Juan León Mera Martínez, importante personaje de la vida nacional que fue un autodidacta que nunca ingreso a la escuela y sin embargo es el cantor de la patria.

En este lugar se aprecian 250 especies de plantas, entre nativas e introducidas, sobresalen los árboles de cedro, palma, coco chileno y eucalipto, también se puede admirar las palmeras de coco cumbi que se han extinguido en algunos países latinoamericanos.

Esta Quinta es de una estructura arquitectónica del siglo pasado, los jardines son de estilo francés debido a los espejos de agua y un estilo japonés u oriental por las palmeras. Las terrazas fueron construidas para poder dar una distribución total de agua a la quinta.

Es un lugar paradisíaco, la casa es típica de la época republicana. Hoy es un Museo natural que muestra todas las pertenencias que rodearon al Ilustre ambateño durante su existencia, es un sitio encantador para quienes visitan Ambato.

El verdor de sus jardines, el aroma de sus flores, el trinar de las aves, el murmullo del río, la frescura de su aire dan el encanto y la sensación de quietud y paz que el hombre busca al llegar a este lugar.

Luís A. Martínez está tan cercanamente vinculado con la casa y la familia Mera ya que formó parte de ella al contraer matrimonio con la hermana de Juan León y posteriormente falleciera allí a los 49 años de edad.

Atractivos

- Parte Histórica: La Quinta de Mera tiene dos zonas de atracción; la primera es la parte histórica que corresponde a la casa, con 11 habitaciones, donde están presentes sus cuadros, contienen testimonio de la vida literaria, pero también registra su actividad artística, pues Mera era un firme pintor y alumno de Rafael Salas.
- Jardín Botánico: La segunda zona de atracción es la floral con 250 especies vegetales entre nativas e importadas, donde se destacan los cocoteros chilenos traídos en 1.874, eucaliptos australianos, una gran variedad de especies de aves y la envidiable vista al río Ambato.

La Quinta también fue escenario de la obra de otro ambateño ilustre, Luís A. Martínez, quien redactó su obra "A la Costa" en aquel recinto de paz y tranquilidad.

Martínez está tan cercanamente vinculado con la casa y la familia Mera, formó parte de esta familia habiéndose casado con la hermana de Juan León y falleciera allí a los 49 años de edad.

En la parte más baja de la Quinta, precisamente llegando al río Ambato existe una pequeña extensión de bosque que conserva eucaliptos de más de 100 años de edad, cobeá trepadora originaria de México, Sangre de drago y trepadoras de Amazonía.

- Quinta de Luis A. Martínez constituyen el hábitat de más de 200 especies de plantas superiores, que de acuerdo con la nomenclatura científica se las puede agrupar en 151 géneros y 79 familias botánicas.
- Quinta de Juan Montalvo tiene aproximadamente 200 años de existencia y cuenta actualmente con una hectárea de extensión.
- Dentro de este sitio se encuentra la casa que perteneció a este ilustre escritor. En su interior se han adecuado 3 salas que exhiben los mobiliarios de la época así como objetos importantes entre los que se destacan un piano, la cama, cuadros y cartas de uno de los más grandes escritores de nuestra ciudad y el país.

En la parte exterior existe una pileta llamada “de los deseos” ubicada en un pequeño rincón de la Quinta que adorna sus jardines y entorno. En el lugar se respira un ambiente de paz y tranquilidad rodeada de árboles y varios letreros interpretativos con frases célebres de Juan Montalvo. Este fue uno de los lugares más queridos del Cervantes de América.

- Parque Cevallos se mantiene en el mismo esquema del Parque Montalvo. En realidad contrasta con el atractivo turístico cultural del mismo Museo del Colegio Bolívar.

Antiguamente este parque era llamado plaza de San Bartolomé, fue la segunda plaza que se construyó y también la segunda en importancia. En la República se la llamó Plaza 10 de Agosto, a mediados de los años 40 se construyó en esta Plaza el Parque Cevallos el cual recuerda al Historiador Pedro Fermín Cevallos, hijo ilustre de Ambato.

Atractivos

- Edificio de la Gobernación: Esta edificación está construida con piedra

labrada en forma de bloques de similar tamaño. Las gradas de su ingreso son también hechas en piedra y presenta una forma convexa. Las ventanas en las tres plantas del edificio son de madera. Considerada una joya arquitectónica por su concepción y sus detalles constructivos.

La construcción de este edificio se inicia en enero de 1920 y se concluye el 23 de octubre de 1926. En el año de 1949 la edificación fue destruida parcialmente por el terremoto y su reconstrucción fue inaugurada el 12 de Noviembre de 1951.

- Feria del Libro: La Feria del Libro se realiza en el Parque Cevallos de Ambato. En la feria se ofrecen varias promociones, entre otras: La ruleta rusa, Enciclopedia de Carlitos, Biografías del Siglo, Cocina Ecuatoriana, entre otros.
- Parque Montalvo Para la construcción del parque el Gobierno de Eloy Alfaro, realizó un gran aporte. El diseño del parque fue del Arquitecto Pedro Durini y la construcción la realizó el señor Alfonso Troya.

Posee 8 puertas de ingreso, de las cuales 4 se encuentran ubicadas una en cada esquina, mientras que las cuatro restantes están a los costados, lo peculiar de estas puertas es que al ingresar usted se encontrará con una pequeña pileta representada por una bella mujer llevando en su cabeza una bandeja desde donde brota el agua, son piletas típicas italianas.

En el parque se implementó la Iluminación lo que hace una escenografía particular y hermosa.

Atractivos

- **Monumento a Juan Montalvo:** De cuerpo entero hecho en bronce, sobre un pedestal de mármol de estilo clásico. La estatua fue diseñada por el italiano Pietro Caputto y fue fundida en Italia.

A los pies de la estatua se encuentra el genio de Montalvo, una estatua tallada en mármol. Este monumento perenniza la imagen del "Cervantes de América" ejemplo de lucha contra las tiranías, ejemplo de trayectoria política, su ideal revolucionario y liberal.

- **La Catedral:** Es el edificio más alto y representativo de la ciudad. Dentro y fuera de esta iglesia existen dos atractivos principales que son: Los vitrales de los apóstoles de Jesús y las guardianas de este templo que son las palomas que con su acostumbrado gorjeo y su singular vuelo.
- **Casa del Portal:** Esta edificación es uno de los pocos vestigios de la época pasada de la populosa ciudad de Ambato. Aunque se terminó de construir en 1.900 es parte de lo que se ha denominado como estilo republicano, presente en muchas de las ciudades del Ecuador.
- **Edificio del Municipio de Ambato** construcción aproximadamente del año 1900, en la fachada la utilización de materiales tradicionales (piedra pishilata vista), así como sus técnicas constructivas la destacan como una obra arquitectónica importante, por cuanto marca una época en el desarrollo urbano de la ciudad. Escenario de los más importantes eventos administrativos de Ambato del siglo XX.

Su imponente construcción en piedra engalana el Centro Histórico de la ciudad.

- Casa del Portal, al ser uno de los pocos recuerdos del pasado ambateño, el Portal ha sido declarado como Patrimonio Cultural; desde aquí es posible mirar desde sus arcos la imponente cúpula de La Catedral. En el Portal también existen esporádicas ventas populares y los tradicionales boleadores. Caminar por este sitio es evocar el esplendor de otra época.

Como si estuviese recostada sobre un valle estrecho, escoltada de iglesias y parques, la espectacular Casa del Portal arquitectura colonial del Ambato del siglo XIX, constituyéndose así en parte del centro histórico de la ciudad.

A los alrededores se encuentran iglesias y capillas, plazas, parques, museos y un sin fin de atractivos dentro del centro histórico que resalta el turismo en la ciudad de Ambato.

Casa del Portal, es una reliquia de la historia la mayor parte de sus atractivos han resistido los embates de la naturaleza. Las diversas culturas de la ciudad han engendrado un tesoro lleno de riqueza artística, cultural e histórica, que ha sido cuidado a través de los siglos hasta el presente. Rezagó de la arquitectura tradicional de Ambato.

- La Catedral La capilla original se construyó en 1698 cuando luego del terremoto la ciudad se asentó en ese lugar, fue un chozón grande con cubierta de paja y que poco a poco fue creciendo con las contribuciones de los priostes y las fiestas hasta ser reemplazada por otra iglesia en el mismo sitio en el que está la actual Catedral.

La Capilla fue una edificación grande de tres naves, con arcos atrevidos y cúpula aurora, que como consecuencia del terrible terremoto del año

de 1797 se destruyó por completo.

De inmediato se emprendió la construcción de una nueva iglesia la misma que fue estructurada a base de piedra y con un hermoso diseño, recibiendo la denominación de iglesia Matriz, la que también fue destruida el 5 de agosto de 1.949 por un fuerte sismo.

Atractivos

- Guardianas del templo: Las guardianas de este templo son las palomas que con su acostumbrado gorjeo y su singular vuelo por dentro y fuera de la iglesia nos hace pensar que vigilan cada movimiento que se realiza por lo que es considerado uno de los atractivos de esta iglesia.
- Los Vitrales: Dentro y fuera de esta iglesia los vitrales de los apóstoles de Jesús que se ubican en las cúpulas de la iglesia son uno de los mayores atractivos.
- Catedral Vieja: Junto a una plaza y una pileta se levantó una iglesia realizada en piedra volcánica oscura con una nave central laterales. Esta construcción fue demolida totalmente por el terremoto, sepultando a cientos de feligreses en su interior en la hora de la misa.
- Catedral Actual: La edificación actual es monumentalmente más grande en volumen que su predecesor y entre otras diferencias tiene color blanco predominante, una elevada torre con sus pilastras visibles y culmina una gran nave central con una amplia bóveda.
- La Casa de Montalvo se la conserva en las mismas condiciones que tuvo cuando en ella nació el gran escritor americano, allí se conserva el

Museo de Reliquias Montalvinas, continua a ella se encuentra el majestuoso Mausoleo en donde reposan los restos mortuorios de Montalvo, el cual es un bello edificio de estilo griego, muy digno de guardar los restos del más grande escritor ambateño.

Atractivos

- Museo de Reliquias Montalvinas: El año de 1988, luego de la reconstrucción de la casa, ésta se reabre convertida en un Museo que contiene más importantes pasajes de la vida y obra del Cervantes Americano

El Museo Montalvino, actualmente está conformado por seis salas, identificadas de la siguiente manera: Iconografía y objetos familiares, Sala familiar, El Ambato de antaño, manuscritos y prendas de vestir, Vida política de Montalvo y Personajes de la época, Producción literaria, periodística y Llegada de sus restos mortales a Ambato y por último la Sala de los destierros.

- Servicios Institucionales: Con el propósito de cumplir con los objetivos de creación, la Casa de Montalvo dispone de los servicios de Sala de exposiciones, Cafetería, Cátedra Montalvina, Museo Itinerante, Proyecto Editorial, Desarrollo Cultural Comunitario, Biblioteca especializada en Montalvo.

- Mausoleo: En este lugar es donde reposan los restos mortuorios de Montalvo, el cual es un bello edificio de estilo griego, muy digno de guardar los retos del más grande escritor Ambateño

- Museo del Instituto Técnico Superior Bolívar, El museo se inició con una colección de 200 ejemplares de Zoología, en la actualidad el museo está equipado para presentar sus nueve secciones distribuidas en 11

salas de exhibición:

- Sala de Numismática: Se exhiben 80 monedas de diferentes países del mundo, medallas conmemorativas del Ecuador y billetes de 34 países. Colección de monedas del Ecuador: cuenta con 156 monedas: 17 del siglo XIX, 132 monedas del siglo y 2 macuquinas del siglo XVI.
- Sala de Fotografía: Cuenta con 94 fotografías de Paisajes del Ecuador, tomadas a principios del siglo.
- Sala de Zoología: La tercera Sala y la más grande con una colección de vertebrados, peces, aves, reptiles, anfibios y mamíferos, todos componentes de la fauna Ecuatoriana continental e insular, distribuidos en sus ecosistemas y presentados a través de dioramas.
- Sección de Botánica: En la sección de Botánica o cuarta sala se puede observar el Disco del primer eucalipto plantado en el Ecuador (Ambato), en 1865. Corte a 13 metros de altura sobre el suelo. Altura total 75 metros. Circunferencia del tronco a un metro de altura sobre el suelo 8 metros. Cortado en el año 1949. Además podemos observar plantas medicinales de la provincia de Tungurahua.
- Sala de Petrografía: En el área de Petrografía se puede admirar un meteorito, con un peso de 192 kilos. Rocas y minerales clasificados. Muestras de mármoles del Ecuador de las Provincias de Azuay, Cañar, Loja y Chimborazo.
- Sala de Etnografía: Dentro de los grupos étnicos del Ecuador se presentan una serie de vestimentas así como adornos e instrumentos musicales indígenas de la serranía y la región oriental, entre los que

están:

Atuendos de danzantes de la Provincia de Tungurahua.

Atuendos de la Región Oriental de las Etnias: Huaorani, Zápara, Quichua, Cofán, Tetetes, Shuaras-Achuaras.

- Sala de Arqueología: En esta sala es posible admirar cerámicas de las diferentes culturas del Ecuador y especialmente de la provincia de Tungurahua como colecciones de las culturas: Cotocollao 2000 años A.C.; Puruhá 700 años A.C.; Cosanga Píllaro 700 años A.C.; Incásica 1450 años A.C.; Rejo de Sol Colonial.
- Sala de Anatomía: El museo presenta fetos humanos de diferentes tiempos de gestación, muestras óseas humanas, y esqueleto natural femenino completo.

2.5.4 Sistema Turístico

Según Boullón (1981), este Sistema se basa en la conceptualización del Turismo como una actividad económica basada en la oferta y demanda de Recursos Turísticos ya que un sistema es un conjunto de recursos que interactúan entre sí para cumplir un objetivo en común. En el caso del sistema turístico podemos encontrar varios elementos que lo conforman donde encontraremos elementos tanto intrínsecos como son: el turista un elemento dinámico de este sistema; tres elementos geográficos donde se encuentra la región de salida, región de tránsito conformada por los medios de transporte como son autos, avión, tren, etc.; que permiten la accesibilidad entre la región de salida y la de destino que sería el tercer elemento geográfico. Un elemento turístico que lo forman los servicios turísticos. La plaza emisora de mercado,

que es el lugar específico de origen de las personas que se desplazan hacia otro lugar, que sería el destino o plaza receptora que es visitado por las personas de la región de origen.

También dentro del sistema turístico se encuentra a los elementos extrínsecos que son: el ambiente económico, el ambiente social, el ambiente político, el ambiente cultural, el ambiente natural, el ambiente tecnológico que son elementos ajenos de cierta manera al sistema turístico, pero que a pesar de ello tienen una incidencia dentro de él.

Como se puede dar cuenta todos los elementos interactúan entre sí y dependen uno del otro para que el sistema funcione correctamente.

2.5.5 Elementos del Sistema Turístico

2.5.5.1 Generalidades

Según la Organización Mundial de Turismo (1985) el sistema turístico se compone de 4 elementos: La demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado o turísticos.

La Demanda

Conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.

Los viajeros relacionados con el turismo se denominan visitantes. “Visitante es toda persona que viaja por una duración no superior a 12 meses, a un lugar distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado”

La Oferta Turística

Es un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico, en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

El Espacio Geográfico

La experiencia turística tiene lugar en un espacio geográfico y temporal determinado.

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

Destino Turístico: Concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas. El destino constituye el objetivo del turista.

Operadores Turísticos

Agentes que participan en la actividad turística, generalmente, en calidad de intermediarios entre el consumidor final y el producto turístico. Entre estos encontramos: agencias de viajes, empresas transportadoras, tour – operadores, centrales de reservas, entre otros.

Por su parte Bullón (1981) propone los siguientes elementos: la demanda, la oferta, la infraestructura, la superestructura, los atractivos y las facilidades.

- La demanda: es el componente más dinámico del sistema e implica al grupo de personas (actuales o potenciales) que se viajan y hacen uso de los servicios e instalaciones creadas para su recreación. Desde un punto de vista socio-económico, la demanda está determinada por la facilidad de

acceso a los transportes, por los ingresos, por el nivel educativo y por el deseo de salir de la rutina; la demanda turística se genera cuando la sociedad haya superado, en forma general, un nivel de renta suficiente para cubrir las necesidades básicas. En contrapartida las sociedades con grandes polarizaciones en la concentración de la riqueza generarán una demanda turística limitada o restringida.

- La oferta: es el conjunto de elementos que conforman la experiencia del turista, es decir, se compone de aquellos elementos que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas. Así se distinguen los siguientes componentes: los recursos y atractivos turísticos, la plata turística (las empresas relacionadas con el sector), las infraestructuras y los elementos institucionales (las instituciones públicas y privadas que intervienen en el desarrollo turístico).

Los recursos y atractivos turísticos: son aquellos elementos que motivan el desplazamiento de los turistas. Pueden ser de origen natural, cultural, etc. Cabe diferenciar entre recursos y atractivos siendo los primeros atractivos potenciales mientras que los segundos son aquellos recursos ya puestos en valor.

La planta turística: son todas las empresas que facilitan la permanencia del turista en el destino proporcionando servicios de alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.

La infraestructura: son todos aquellos elementos que proporcionan servicios no exclusivamente turísticos y que en primer lugar buscan la satisfacción de la población local pero sin los cuales sería imposible el funcionamiento de los servicios turísticos resultaría imposible. Estos son las carreteras, los ferrocarriles, los puertos, los aeropuertos, las comunicaciones, las redes de energía, las de agua potable y residual, los sistemas de recogida de residuos, etc. Algunos autores hacen la distinción entre infraestructura e infraestructura de apoyo, refiriéndose a la primera como aquellos elementos estáticos y a la segunda como los que se van

transformando de acuerdo a las necesidades. (ej.: infraestructura: una ruta aérea, una vía marítima; infraestructura de apoyo: un aeropuerto o un puerto marítimo)

Los elementos institucionales: son la legislación turística en general, los entes de turismo públicos, privados o mixtos, las acciones de promoción, la facilitación a empresas privadas, es decir, todo aquella actividad que realiza el sector público en materia de turismo. Este elemento también es denominado como superestructura y es el encargado velar por el buen funcionamiento en general de todo el sistema. De esto se deduce que cuanto más importante sea la actividad turística para la región, más fuerte y eficiente debería ser la superestructura que gestione dichos territorio.

Interacciones: Tal como se mencionó, el sistema turístico es un sistema dinámico y flexible y esto no solo se debe a la naturaleza de sus componentes sino que dichas características se deducen de la interacción entre dichos componentes. Así, esta interacción se da de manera natural aunque dependiendo del destino analizado, dicho dinamismo se presentará en mayor o menor medida. Esto último depende de muchos factores, tanto internos como externos:

- La fase de desarrollo del destino: si el destino se encuentra en una fase inicial puede presentar cierta rigidez a nivel estructural o social. En cambio se es un destino consolidado puede presentar un sistema turístico muy dinámico. En contrapartida si se encuentra en decadencia puede evolucionar degenerativamente hacia la rigidez. En este factor influye de manera importante como se haya diseñado el plan de desarrollo del destino.
- El entorno: este factor puede influir tanto de forma positiva como negativa en la fluidez del sistema turístico. El comportamiento de los mercados mundiales, conflictos globales, manifestaciones climáticas, son todos elementos que afectan a la interacción de los elementos que conforman el sistema turístico y si bien su naturaleza (la del sistema) es la adaptabilidad

a estos fenómenos, resulta claro el impacto de éstos en la actividad turística.

- Una superestructura ineficiente: como se menciona arriba, la superestructura es el componente que funciona como lubricante de todo el sistema; es el que vela por la dinámica correcta y el equilibrio dentro del sistema turístico. En este sentido, una mala gestión por parte del sector público influiría en el sistema turístico y podría generar cierta rigidez a nivel estructural, social, económico, etc.
- El desarrollo sostenible: en los últimos años se ha hablado de que el turismo es una actividad degenerativa o "degeneradora" por sí misma. En este sentido, podría aducirse que si en una fase inicial el desarrollo turístico puede generar mayores beneficios que impactos, en muchos destinos luego de un tiempo esta situación se ha revertido, generando tensiones sobretodo sociales entre la comunidad local y el resto del sistema. Esto revela que el planteamiento del desarrollo turístico a partir del principio de sostenibilidad puede ser un factor que asegure su correcto funcionamiento, es decir, haciendo logrando un dinamismo y una flexibilidad sostenibles del propio sistema.

2.5.6 Actividad Turística

Tradicionalmente el turismo ha sido analizado desde perspectivas estructurales, derivadas del enfoque geográfico o económico. Pero la realidad cambiante de la nueva época globalizada y entramada, nos plantea la necesidad de abordar esa actividad desde los enfoques siguientes:

Las transformaciones mismas de los procesos turísticos y

La ética del turismo, asociada la sustentabilidad de los ecosistemas y a los aspectos culturales.

En este sentido, es evidente el proceso de cambios que muestra la evolución del turismo; desde su percepción como un proceso dinamizante de la economía, hasta un fenómeno que construye un nuevo espacio, a partir de una perspectiva individual y de sus interacciones socio-territoriales y psicosociales. El empleo del enfoque estrictamente económico, hizo del turismo un prisionero de la batería de modelos que se han dedicado a determinar su "localización", "ciclo de vida" como "producto" económico, formación de clúster turísticos y de la realización de análisis de los impactos del turismo en el resto de la economía; tales como la creación de empleos directos, la generación de efectos multiplicadores o la formación de polos de "desarrollo turístico"

2.5.6.1 Desarrollo de la Actividad Turística

Para lograr el desarrollo de la actividad turística que se está tratando se debe entender que lo que anteriormente era un simple fin de semana de "recuperación de la fuerza de trabajo" con pizza, cerveza y televisión, puede transformarse hoy en un escape para visitar un museo, o un fin de semana en recorriendo todos nuestros atractivos, lo cual le proporciona una nueva faceta a las relaciones industriales, implicando en ello la redefinición del turismo de ocio.

En este sentido, se podrá observar una expansión sin precedentes del turismo urbano, vinculada a la oferta de la industria cultural (grandes exposiciones, conciertos, festivales, entre otras actividades) y a las prácticas consumistas urbanas. Asimismo, un contexto de este tipo ha favorecido las ofertas

no convencionales de corta estancia, como los tratamientos de Spa, el turismo de aventura el turismo de salud entre otras actividades.

Por otra parte, en el marco de una profunda reestructuración de la economía hacia una mayor consideración hacia el usuario, éste ha adquirido un mayor peso en la definición de los productos turísticos: la demanda se hace más exigente, los productos suelen mejorarse y el individuo, como consumidor, impone cada vez más sus dictados sobre los productos que espera obtener: el interés hacia nuevos destinos o nuevas formas de hacer turismo.

Como lo señala Hiernaux (2008), el turismo tradicional de mar y playa sigue siendo una componente dominante del turismo mundial -siendo la punta de lanza del turismo convencional- sin embargo, no cabe duda que el turismo de playa se ha constituido en un complejo sistema con opciones diferenciadas, no por ello más equilibrado, más responsable socialmente o más sustentable; sino un turismo marcado por nuevas preferencias, nuevos productos impuestos en el mercado, nuevos imaginarios sociales y, en consecuencia, nuevos espacios o nueva organización de los espacios mencionados.

2.5.6.2 Puntos importantes sobre Desarrollo de la Actividad Turística

Nuevos retos del turismo, el sector turístico se encuentra en la tesitura de "repensar" qué es el turismo debido a la compleja realidad en la que se desenvuelve. Partiendo de la información y del conocimiento del entorno que se tiene, se innova para redefinir los productos y servicios, las operaciones y las relaciones con el cliente.

Repensar al cliente, para competir en la actualidad, hay que analizar a los clientes desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo. Saber dónde están, cómo son y cuántos son; ver quiénes están demasiado servidos, quiénes demasiado poco y quiénes nada. La tecnología es un aliado para identificar nuevas oportunidades de negocio, no sólo porque aporta la información necesaria, también nuevas herramientas capaces de decir lo que el cliente desea en cada momento. Así se toma conciencia de públicos potenciales y nuevos productos.

2.5.6.3 Oferta Turística y sus características

Según JIMÉNEZ (1986), la oferta turística es el Conjunto de bienes intangibles (clima, cultura, paisaje...) y tangibles (atractivos naturales o creados) y servicios turísticos (Hoteles, restaurantes, recreación etc.) ofrecidos efectivamente al turista.

Distinguimos aquí los recursos turísticos de los productos turísticos. Un recurso turístico es un elemento relacionado o perteneciente a la naturaleza, la historia o la cultura de una determinada zona geográfica o lugar y que está dotado de una determinada potencialidad turística.

La cantidad de un servicio o producto que un productor individual está dispuesto a vender en un período determinado de tiempo, o sea la oferta, es una función que depende del precio de ese servicio, de los precios del mismo servicio o de servicios similares de los competidores y de los costos de producción del productor.

En cambio un producto turístico es un determinado recurso natural, histórico o cultural que ofrece un conjunto de servicios y productos elaborados y asociados de manera de satisfacer las demandas del público-cliente de turistas.

En turismo el mayor impacto económico lo producen los servicios directos: hoteles, transportes, diversiones. Pero la oferta turística en su totalidad,

forma parte de la vida de la comunidad. Los bosques, las plazas de las ciudades, los paseos, las instalaciones deportivas y los lugares de culto son con frecuencia de tanta importancia para los turistas extranjeros, como para los ecuatorianos.

Sin embargo, resulta muy conveniente reconocer las características de la oferta turística. Ellas son las siguientes:

- La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados. Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.
- Los recursos turísticos están por atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y explotados.
- Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados.

La oferta turística está integrada por ocho partes muy importantes:

Atractivo Turístico:

“Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Respecto a la actividad turística, guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada valen sobre el mercado si no son puestos en valor y explotados, y como lo naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables”

Patrimonio Turístico:

“Conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre, que estimulan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan”.

“Es la disponibilidad mediante e inmediata de los elementos turísticos con que cuenta un país o una región en un momento determinado. El patrimonio es igual a la suma de los atractivos más la planta e instalaciones turísticas a las que se puede agregar la infraestructura”.

Producto Turístico:

“Conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de las actividades de consumo turístico”.

“Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado (para un confort material o espiritual), en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista”

Los Recursos Turísticos:

Recursos Turísticos es “todo aquello susceptible a ser utilizado por el Turismo”.

Los recursos turísticos se dividen en básicos y complementarios. Los primeros son decisivos, para el turismo y pueden ser directos o indirectos. Los directos comprenden atractivos turísticos y equipamiento y los indirectos transportes, servicio y comunicaciones.

Los recursos turísticos complementarios sirven de apoyo al funcionamiento de la actividad e incluyen institucionales y económicos.

La Planta Turística:

Conjunto de instrumentos útiles, instalaciones o efectos necesarios para la producción y prestación de servicios específicamente turísticos. Comprende las empresas, la información turística, el señalamiento turístico, las escuelas de turismo, etc.

El Equipamiento Turístico:

Es el eje de funcionamiento de la actividad turística moderna. Está constituida por empresas o instalaciones que producen un conjunto de servicios de primera necesidad para el turista, vale decir, establecimientos de alimentación, hospedaje, agencias de viajes y empresas de transporte.

La Infraestructura Turística:

La infraestructura turística es una modalidad de la infraestructura general del país y forma parte ineludible de la oferta turística. Los costos que involucra son elevados y constituyen un obstáculo para el desarrollo del turismo. Esto obliga a construir sólo en lugares realmente justificados y en proporción requerida por la demanda.

Además, es fundamental el diagnóstico de infraestructura y equipamiento para conocer las capacidades existentes en el área, determinar la disponibilidad actual y sobre todo la sub o sobre utilización de las estructuras presentes para así promover modificaciones o ampliaciones.

Los Servicios Complementarios:

Los servicios turísticos constituyen prestaciones que directamente o con auxilio de transportes, etc. dan lugar a la satisfacción de las necesidades de los turistas.

Los servicios tienen la mayor importancia para la industria turística ya que el visitante extranjero exige en el país que visita las comodidades a que está acostumbrado y las condiciones sanitarias, de seguridad y de asistencia necesarias.

Las tres grandes clases de servicios de que hace uso el turista son: Alojamiento, Medios de Comunicación e Información y Servicios de Comercio Asociados. El comercio, en el fenómeno turístico en vez de tener que llevar los productos a lugares situados más allá de sus fronteras son los turistas de esos lugares los que vienen hasta el comerciante.

2.5.6.4 Demanda Turística y sus características

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

Características de la Demanda Turística:

- La demanda es muy elástica a los cambios económicos del mercado, ejemplo, los precios: un aumento notorio de los mismos, generalmente, trae consigo una baja en el número de consumidores.
- Sensibilidad a las condiciones socio-políticas de los países y los cambios de moda en el destino de los viajes.
- La inestabilidad socio-política (guerras, huelgas, desórdenes), inhibe a los turistas a visitar un determinado lugar.
- La demanda está condicionada por la estacionalidad. Debido a esta dependencia se producen desajustes que actúan de modo perjudicial tanto sobre la demanda como sobre la oferta. Las causas derivan tanto de factores climáticos como de otros más o menos influenciados, tradición, política, etc.

2.5.6.5 Segmentación de mercado

Fabio Cárdenas Tabares (1991), considera que la segmentación del Mercado Turístico es dividir el mercado potencial total en un número de

subconjuntos lo más homogéneos posibles, con el fin de permitir a los operadores del turismo adaptar políticas de comercialización a cada uno de esos segmentos o subconjuntos.

César Ramírez Cavassa (2006), señala que la segmentación de mercados turísticos consiste en dividir un mercado en segmentos lo más homogéneos y diferenciados posibles, para lograr mayor información sobre los mismos en especial sobre su dimensión y localización.

Según la enciclopedia virtual Wikipedia (última modificación 2007), los beneficios de la segmentación de mercados pueden ser:

- Identificar las necesidades más específicas para los submercados.
- Focalizar mejor la estrategia de marketing
- Optimizar el uso de los recursos empresariales
- Hacer publicidad más efectiva
- Identificar un nicho propio donde no tenga competencia directa.
- Aumentar las posibilidades de crecer rápidamente en segmentos del mercado sin competidores

CRITERIOS DE DIVISIÒN DE SEGMENTACION

Según Rufín y Reina (2004), los criterios de segmentación son los siguientes:

Geográficos:

Se habla del segmento de compradores de tal o cual región o ciudad, barrio o zona geográfica. Es evidentemente una segmentación primaria o superficial, pues la existencia de diversos segmentos geográficos remite en última instancia a otras variables o criterios, fundamentalmente económicas.

Demográficos y socioeconómicos:

Utilizan variables tales como la edad, el sexo, el tamaño y tipo de unidad familiar, la renta, el nivel educativo, los grupos étnicos, etc. Como sabemos influyen en el comportamiento de compra. La ventaja de utilizar criterios de este tipo en la segmentación radica en que la información resulta fácil de obtener, interpretar y transferir.

Psicográficos:

Las variables dejan de ser claramente definibles y cuantificables tales como los estilos de vida, las actitudes o las opiniones de los individuos, frecuentemente se utilizan en combinación con variables demográficas, los segmentos suelen describirse en cuanto al tipo de individuo, en términos que están estrechamente relacionados con los fines para los que se utilizara el resultado de la segmentación , ya que al tratarse de variables cualitativas la descripción contiene cierto grado de arbitrariedad.

El objetivo aquel persigue es establecer una asociación o enlace, entre la construcción psicológica que constituye la imagen de sí mismo de un individuo y el valor simbólico del producto. Las críticas de la segmentación pictográfica se basan sobretodo en la dificultad de establecer tipos de consumidores con una cierta imagen de sí mismos y transformar luego dichas imágenes en atributos de producto para que este constituya una oferta atrayente.

Dividir al mercado en segmentos que son descritos en términos de los diferentes beneficios esperados o buscados en el consumo del producto, es decir, de los usos o funciones que el comprador cree que satisfacen la necesidad o conjunto de necesidades que en aquel originan el proceso de decisión de compra.

Según Antoni Serva (2002), los criterios de segmentación son los siguientes:

CRITERIOS DE SEGMENTACION GENERALES OBJETIVOS

Constituye lo que comúnmente se denomina el perfil del cliente. Es importante para diseñar acciones de promoción y distribución eficiente y a veces para el diseño de la estrategia de mercado.

Variables geográficas:

Suelen ser; país o región, tamaño de la ciudad, densidad, climatología, etc.

Es un método ampliamente utilizado en turismo y que suele dar lugar a segmento con comportamiento de compra y consumo bastante diferente ejemplo: en comparación con el turismo británico, el turista alemán suele estar por el patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.

Variables demográficas:

Edad, sexo, estado civil, tamaño del hogar, ciclo de vida familiar.

El aspecto más relevante a la hora de influir en el comportamiento de viaje es la presencia o no de niños. La gente comprendida entre los 20 y 40 años de edad pueden no cambiar significativamente por el hecho de que estén casados o solteros, pero cambia drásticamente por el hecho de tener niños a corta edad ejemplo travel limited especializado en viajes de aventura para adolescente.

Cabe destacar de nuevo el gran potencial de crecimiento del turismo senior o de gente mayor, ha experimentado una tasa de crecimiento más elevada en Europa durante la última década. Dentro del segmento senior del mercado, el turismo social es decir los viajes vacacionales con distintos grados de subvención constituyen un fenómeno claramente europeo, basado en la idea de que el turismo es un derecho social de los ciudadanos.

La diferencia en cuando a necesidades, comportamiento de compra y vacacional y las respuestas ante determinados estímulos en función de las características socioeconómicas de los consumidores por ejemplo: las personas con ingresos más bajos son más sensibles al precio.

Variables geo demográficas:

Es una combinación de variables anteriores, trata de identificar segmentos en función de la relación existente entre lugar de residencia y variables demográficas y socioeconómicas. Es un método de segmentación cada vez más utilizada y relativamente moderna. Un destacado ejemplo es la ARCORN que a partir de datos censales establece una clasificación de los hogares británicos en diferentes categorías y los relaciona con su comportamiento como consumidores.

CRITERIOS DE SEGMENTACION GENERALES SUBJETIVOS

Sirve para clasificar cualquier grupo de personas, con independencia de sus pautas de compra y consumo, pero son más difíciles de medir y de aplicar: generalmente es difícil fijar las fronteras que delimitan a los individuos pertenecientes a un grupo a otro. Por tanto, la probabilidad de cometer errores al segmentar el mercado según estas variables es mayor.

La personalidad:

Atendiendo a la personalidad podemos encontrarnos con individuos que están mentalmente predispuestos a la búsqueda de aventura por ejemplo: vacaciones activas y destinos exóticos.

Los estilos de vida:

Es una variable que podemos utilizar para segmentar mercados turísticos.

CRITERIOS DE SEGMENTACION ESPECIFICOS OBJETIVOS

Están relacionados con el comportamiento de compra o uso del producto turístico. Entre los más utilizados están:

Motivo a propósito de viaje:

Ocio, negocio, visita familiares, amigos, motivos religiosos, motivo de salud, motivo educativo. Este criterio nos determina dos grandes segmentos de mercado: el segmento vacacional o de viajes de placer o de negocios.

Los motivos educativos han sido una fuente de viaje desde hace mucho tiempo.

Duración del viaje:

En este sentido, una segmentación clara consiste en dividir el mercado en viajes cortos y viajes largos. El segmento de viajes cortos es uno de los que más ha crecido en Europa durante los últimos años, debido al efecto conjunto de varios factores: la tendencia a fraccionar las vacaciones, a realizar más viajes y de más corta duración y la liberación del transporte aéreo, que ha dado libertad comercial a las compañías.

Frecuencia de viaje:

La gente que viaja por motivo de negocios, por ejemplo, puede tener una frecuencia de viaje muy elevada, usando los servicios de un hotel, compañía aérea o de alquiler de coches en más de 20 o 30 vacaciones al año.

Fidelidad de marca:

Determinados consumidores tienden alojarse en el mismo hotel, volar en la misma compañía aérea o efectuar sus reservas en la misma agencia de viaje. Un cliente con una elevada fidelidad de marca tiene, obviamente un gran atractivo. Y se da la combinación de elevadas frecuencias de viaje, nivel de gasto elevado y fidelidad de marca elevada, se trata evidentemente de una joya, que justifica el diseño del producto y acciones de promoción dirigidos a retener clientes tan valiosos.

Primera visita o repetición:

Sobre todo desde el punto de vista del destino, interesa conocer hasta qué punto el comportamiento de compra y vacacional del turista difiere y se modifica en función de que sea la primera vez que visita el destino o no. Existen evidencias de que el comportamiento del turista va evolucionando en función de la repetitividad de la visita. Así, por poner unos cuantos ejemplos: conforme aumenta el grado de repetición de la visita al mismo destino, se incrementa el interés por la realización de actividades por que el turista tiene más claro qué se puede hacer.

Tipos de vacaciones:

Dentro de las categorías de viajes vacacionales, el tipo de viaje puede ser muy diversos,

La demanda de ecoturismo oscila desde pequeños grupos con un interés especial en algún aspecto concreto de la naturaleza, hasta los grupos numerosos de personas que en su lugar de vacaciones desean incorporar una excursión de un día

El turismo cultural reviste muchas formas y niveles de intensidad. Los eventos y atracciones culturales pueden constituir, el principal elemento motivador del viaje o de la visita.

El turismo de parques temáticos goza de un interés creciente por parte del consumidor y de una demanda creciente. En gran parte esto se explica por el sustancial incremento de parte estos últimos años.

2.6 Hipótesis

Los Atractivos Culturales incidirán en el desarrollo de la Actividad Turística de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua.

2.7 Señalamiento de las variables de la hipótesis

Variable independiente: Los Atractivos Culturales.

Variable dependiente: Desarrollo de la Actividad Turística.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque de la investigación

El enfoque que se dio en esta investigación es cualitativo debido a que se necesita determinar los atractivos culturales para el desarrollo de la Actividad Turística de la ciudad de Ambato, tomando en cuenta que esta ciudad posee atractivos culturales, tradicionales y de una buena infraestructura.

También se utilizó el enfoque cuantitativo al momento de recoger, tabular y analizar los datos de la muestra, para llegar a la comprobación de la hipótesis. Con la ayuda de estos elementos se busca las alternativas del desarrollo turístico de la provincia.

3.2 Modalidad básica de investigación

La investigación se realizó en el campo ya que la información se la encontró en el lugar donde se presenta el problema, esta modalidad permitió obtener información real y confiable, con el fin de obtener datos precisos y veraces así como también será respaldada con investigación bibliográfica ya que se tomó como base de la investigación información teórica sobre los atractivos culturales y el desarrollo de la actividad turística para lo cual se recurrió a fuentes como revistas, libros, direcciones electrónicas y material impreso.

3.3 Nivel de Investigación

Entre los niveles del tema de investigación que se aplicó tenemos:

Exploratorio ya que el investigador identifico elementos claves y el comportamiento cualitativo de los mismos, para la generación de proposiciones y a la vez incrementar el grado de confiabilidad al tratar el tema en una forma viable y asertiva para así aplicar una metodología adecuada.

El nivel descriptivo porque esté permitió identificar el objeto de estudio en sí, así como las características, propiedades y más elementos involucrados en el tema de indagación; especificar el lugar de los hechos en función de la estructura organizacional y elementos del entorno que influyeron en el comportamiento del objeto de estudio.

La asociación de variables puesto que conllevo a determinar el grado de relación y el comportamiento de la variable independiente, así como establecer el nivel de incidencia entre las variables, originadas dentro del mismo espacio geográfico donde se produce el fenómeno de estudio.

Explicativo porque una vez realizado las encuestas se analiza y se da a conocer en una forma explicativa lo observado.

3.4 Población y Muestra

El flujo turístico en la ciudad de Ambato por las características socioeconómicas, culturales y de procedencia está considerado como un grupo heterogéneo, por lo que la distribución de la muestra se realizará de manera tentativa, así como el número de turistas nacionales e internacionales que es de 6000 turistas mensualmente, para lo cual utilizaremos la siguiente formula:

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

n = Tamaño de la muestra (se refiere al número de la población con la cual se va a trabajar).

N = Población (total de la población donde se va a realizar la investigación).

E = Error de muestreo (Se va a trabajar con un margen de error del 0,05)

$$n = \frac{6000}{(0,05)^2(6000-1)+1}$$

$$n = \frac{6000}{0,0025(5999)+1}$$

$$n = \frac{6000}{15,9975}$$

$$n = 375.05$$

$$n = \mathbf{375}$$

Muestra: Considerando el tema de investigación, se ha visto importante trabajar con la población anteriormente descrita.

| POBLACIÓN A SER ENCUESTADA | |
|-----------------------------------|-----|
| Habitantes | 267 |
| Turistas | 100 |
| Directores quintas y museos | 5 |
| Autoridades | 3 |

Ilustración 5 Muestra

3.5 Operacionalización de Variables

Variable Independiente: Los Atractivos Culturales

| CONCEPTUALIZACIÓN | CATEGORÍAS | INDICADORES | ÍTEMS BASICOS | TÉCNICAS INSTRUMENTOS |
|--|---|---|--|--|
| Los Atractivos culturales son un conjunto de bienes tangibles o intangibles que hace hincapié en aquellos aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país. | Bienes Intangibles Bienes Tangibles Destino Turístico | Tradiciones Costumbres Fiestas..... Historia Leyendas Centros Históricos Museos Quintas Arribo Turístico Dinamismo | ¿Conoce alguna historia o leyenda sobre su ciudad? SI/NO ¿Cuántas veces al año visita los museos o quintas de la ciudad? ¿En qué época del año existe un mayor arribo de turistas a la ciudad de Ambato? Carnaval/Semana Santa/Finados/Fin de año ¿Considera usted que el turismo cultural ha crecido en la ciudad de Ambato? Mucho/Poco | Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta |

Ilustración 6 Variable Independiente

Variable Dependiente: Desarrollo de la Actividad Turística

| CONCEPTUALIZACIÓN | CATEGORÍAS | INDICADORES | ÍTEMS BASICOS | TÉCNICAS INSTRUMENTOS |
|--|---|--|---|-----------------------|
| El Desarrollo de la Actividad turística se define como crear estrategias para impulsar el producto turístico y satisfacer las necesidades de los turistas. | Estrategias de comercialización | Diseño de Productos Turísticos | ¿Ha participado en tours de carácter cultural en la ciudad de Ambato? SI/NO | Encuesta |
| | Producto turístico | Canales de Distribución del Mercado | ¿Considera adecuada la infraestructura turística de la ciudad? SI/NO PORQUE | Encuesta |
| | Satisfacción de necesidades del turista | Atractivos Turísticos Estructura Turística Infraestructura Turística Superestructura Turística | ¿Cuál es el grado de frecuencia que Ud. Visita Ambato para visitar sitios culturales? Semanal/Mensual/Trimestral | Encuesta |
| | | Desplazamiento Estadía Recreación Calidad de servicio | ¿Cómo considera que se aplica la calidad de servicio en la ciudad? Buena/Aceptable/Excelente | Encuesta |

Ilustración 7 Variable Dependiente

3.6 Recolección de la Información

| Preguntas básicas | Explicación |
|----------------------------------|--|
| 1.- ¿Para qué? | Alcanzar los objetivos de investigación en estudio. |
| 2.- ¿De qué persona u objetos? | Los turistas y habitantes de la ciudad de Ambato. |
| 3.- ¿Sobre qué aspectos? | Variables de la investigación: V.I. Los Atractivos Turísticos y V.D. Desarrollo de la Actividad Turística. |
| 4.- ¿Quién, quiénes? | Investigador: Fabián Caiza |
| 5.- ¿A quiénes? | Los turistas y habitantes de la ciudad de Ambato. |
| 6.- ¿Cuándo? | Al finalizar el proyecto |
| 7.- ¿Dónde? | En la Ciudad de Ambato |
| 8.- ¿Cuántas veces? | Una vez |
| 9.- ¿Qué técnica de recolección? | Encuesta |
| 10.- ¿Con qué? | Ficha de campo |

Ilustración 8 Recolección de la información

3.7 Procesamiento y Análisis de la Información

- Se realizará encuestas a los Turistas locales, nacionales e internacionales que llegan a la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua.
- Entrevistas a los prestadores de los servicios y empleados de las quintas, museos y sitios históricos.
- Luego el investigador Fabián Caiza recogerá toda la información obtenida.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de los resultados

La información obtenida a través de las encuestas se la procesó de forma manual, aplicando cuadros de doble entrada y utilizando la estadística descriptiva, luego se utilizará un paquete informático para la realización de los gráficos estadísticos y cálculos porcentuales respectivos.

A cada ítem de la encuesta se hizo el análisis e interpretación de los resultados donde se clarificó y se ordenó la información para interpretar las respuestas a las interrogantes de estudio y luego se dio una explicación de los hechos que se derivó de los datos estadísticos.

En la encuesta aplicada a 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato se obtuvo los siguientes datos que van a ser analizados e interpretados a continuación:

Tabla # 1

1.- ¿Al visitar los Atractivos Culturales cuál es el grado de satisfacción que usted tiene?

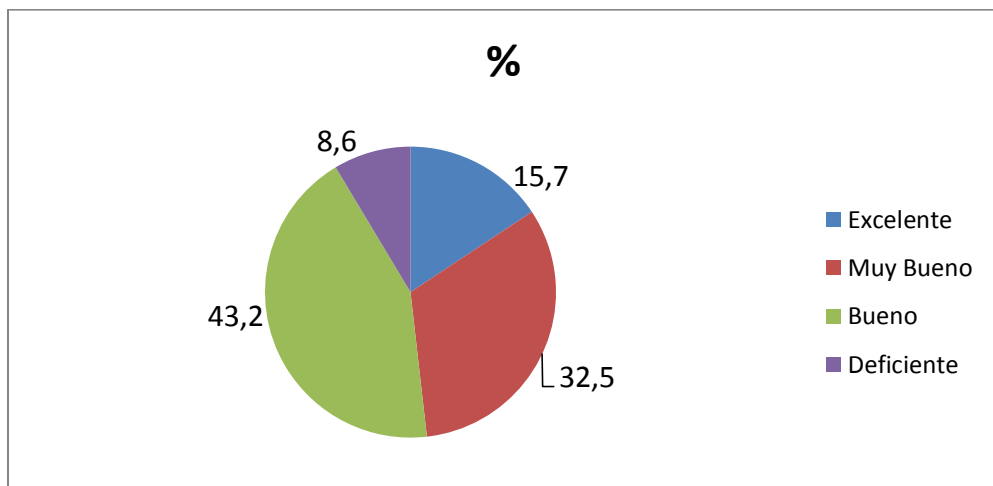
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Excelente | 59 | 15.7% |
| Muy Bueno | 122 | 32.5% |
| Bueno | 162 | 43.2% |
| Deficiente | 32 | 8.6% |
| Total | 375 | 100% |

Tabla 1

Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

Gráfico 1



Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la encuesta aplicada a 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato, el 15.7% dice que al visitar los atractivos culturales su grado de satisfacción es excelente, el 32.5 % dice que su grado de satisfacciones muy bueno, mientras que el 43.2 % dice que su grado de satisfacción es bueno, y finalmente el 8.6 % afirma que el grado de satisfacción fue deficiente.

Con el análisis anterior se puede interpretar que la mayoría de los encuestados al visitar los atractivos culturales de la ciudad de Ambato coinciden en que su grado de satisfacción es bueno.

Tabla # 2

2.- ¿Cómo considera que se maneja la promoción de sitios culturales en la ciudad de Ambato?

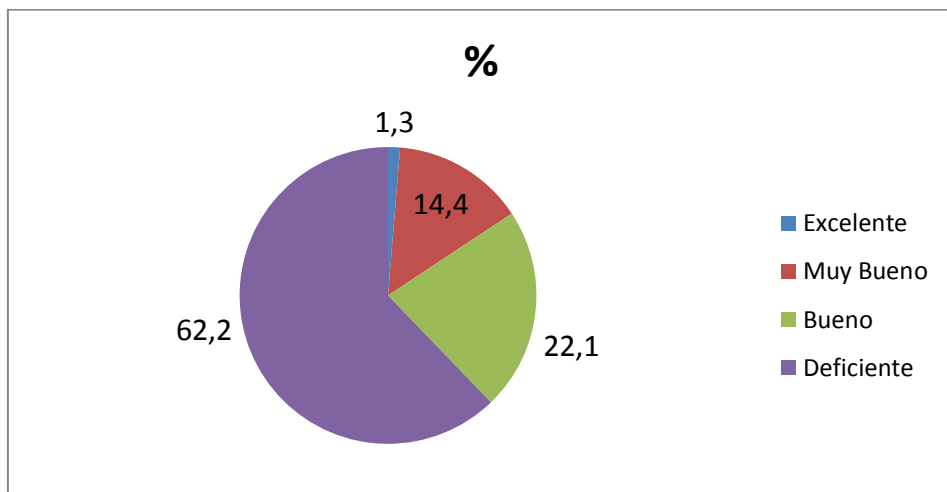
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Excelente | 5 | 1.3% |
| Muy Bueno | 54 | 14.4% |
| Bueno | 83 | 22.1% |
| Deficiente | 233 | 62.2% |
| Total | 375 | 100% |

Tabla 2

Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

Gráfico 2



Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la encuesta aplicada a 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato, el 1.3% dice que se maneja de manera excelente la promoción en la ciudad de Ambato, el 14.4% afirma que es muy buena la promoción, el 21.1% afirma que es buena la promoción que se realiza, mientras tanto que el 62.2% señala que es deficiente la promoción de sitios culturales que se realiza en la ciudad de Ambato.

Estos datos obtenidos se demuestra que la promoción de sitios culturales en la ciudad es deficiente.

Tabla # 3

3.- ¿Puede asignar el grado de importancia de los Atractivos Culturales que encontramos en la ciudad de Ambato?

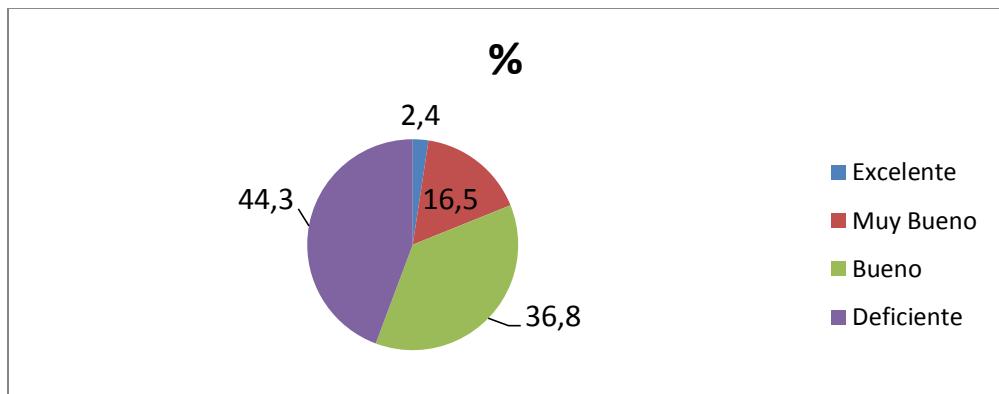
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Excelente | 9 | 2.4% |
| Muy Bueno | 62 | 16.5% |
| Bueno | 138 | 36.8% |
| Deficiente | 166 | 44.3% |
| Total | 375 | 100% |

Tabla 3

Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

Gráfico 3



Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En las respuestas de este ítem se puede identificar que de 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato el 2.4% afirma que el nivel de importancia de los atractivos culturales de la ciudad es excelente, el 16.5% dice que es muy bueno, el 36.8% dice que simplemente es bueno, y finalmente el 44.3% afirma que el nivel de importancia que se da a los Atractivos culturales es deficiente.

Con el análisis desarrollado se interpreta que los turistas y habitantes de la ciudad tienden a pensar que es deficiente el nivel de importancia que dan a los Atractivos culturales de la ciudad o en otros casos piensan que es simplemente bueno.

Tabla # 4

4.- ¿En qué estado de conservación considera usted que se encuentran los Atractivos Turísticos Culturales de la ciudad de Ambato?

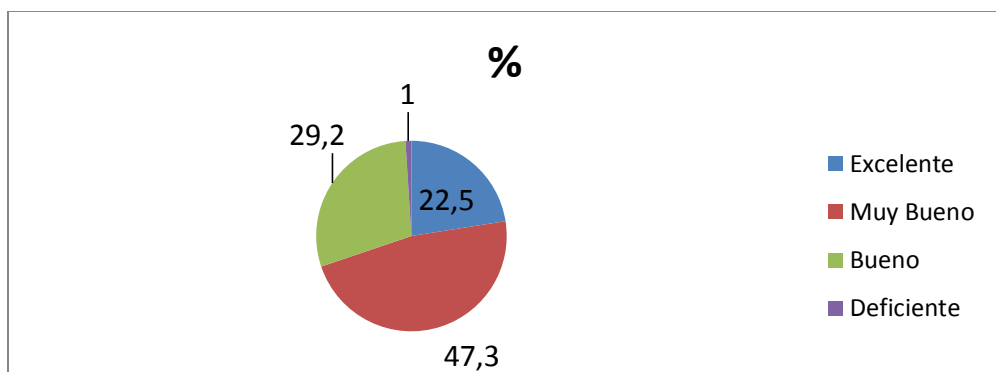
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Excelente | 88 | 22.5% |
| Muy Bueno | 181 | 47.3% |
| Bueno | 110 | 29.2% |
| Deficiente | 4 | 1% |
| Total | 375 | 100% |

Tabla 4

Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

Gráfico 4



Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la encuesta aplicada a 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato el 22.5% afirma que es excelente el estado de conservación en el que se encuentran los atractivos culturales de la ciudad de Ambato, el 47.3% dice que es muy bueno el estado de conservación, mientras que el 29,2% dice que es bueno el estado de conservación en el que se encuentran, y finalmente el 1% afirma que es deficiente el estado de conservación de los Atractivos Culturales de la ciudad de Ambato.

De los datos obtenidos se interpreta que se considera muy bueno y bueno el estado de conservación de los atractivos culturales existentes en la ciudad de Ambato.

Tabla # 5

5.- ¿La información turística que usted obtiene sobre los Atractivos Culturales de la ciudad de Ambato es?

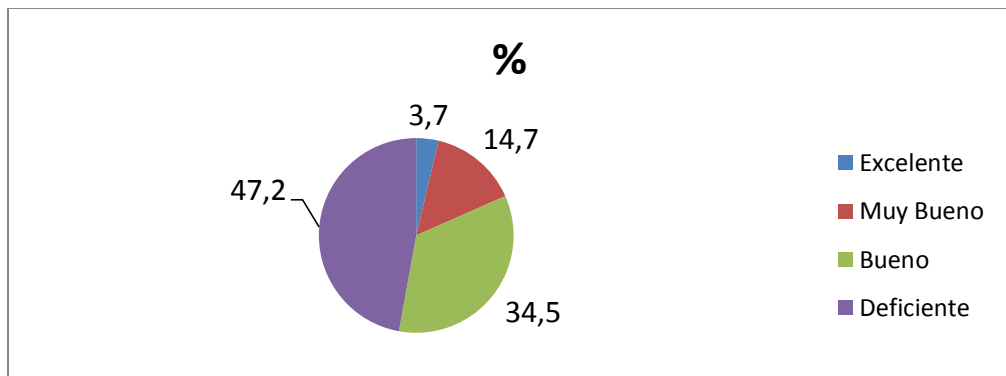
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Excelente | 14 | 3.7% |
| Muy Bueno | 55 | 14.7% |
| Bueno | 129 | 34.5% |
| Deficiente | 177 | 47.2% |
| Total | 375 | 100% |

Tabla 5

Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

Gráfico 5



Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la encuesta aplicada a 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato tenemos que el 3.7% afirma que es excelente la información que se obtiene acerca de atractivos culturales, el 14.7% dice que es muy buena la información, el 34.5% afirma que es buena la información que obtienen, y por último el 47.2% dice que es deficiente el acceso a información de los atractivos culturales de la ciudad de Ambato.

A través del análisis desarrollado se puede interpretar que entre bueno y deficiente es la opinión que tienen los turistas y habitantes de la ciudad de Ambato acerca de la información de los atractivos culturales de la ciudad.

Tabla # 6

6.- ¿Qué proyectos cree usted, que se debería implementar en la ciudad de Ambato para dinamizar el Turismo Cultural?

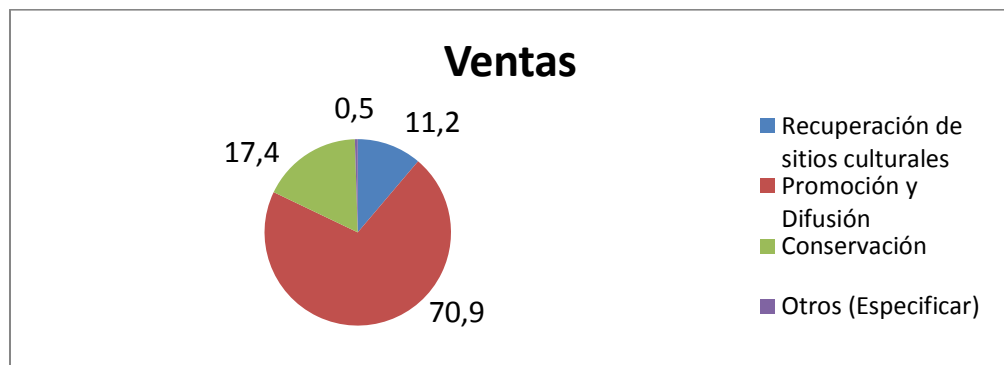
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|
| Recuperación de sitios culturales | 42 | 11.2% |
| Promoción y Difusión | 266 | 70.9% |
| Conservación | 65 | 17.4% |
| Otros (Especificar) | 2 | 0.5% |
| Total | 375 | 100% |

Tabla 6

Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

Gráfico 6



Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De los datos obtenidos de la encuesta aplicada a 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato se obtiene que el 11.2% dice que la mejor opción será recuperar los sitios culturales, el 70.9% considera que es importante realizar de mejor manera la promoción y difusión de los atractivos, el 17.4% dice que sería una buena opción trabajar en conservación de los atractivos, y finalmente el 0.5% dice que sería importante participar en ferias nacionales o internacionales de turismo o realizar tour gratuitos por los Atractivos culturales que posee la ciudad.

A través del análisis desarrollado se interpreta que los turistas consideran que la promoción y difusión sobre los atractivos culturales es en lo que se debe trabajar.

Tabla # 7

7.- ¿Cuál cree usted sería la mejor herramienta para brindar información turística sobre los Atractivos Culturales de la ciudad de Ambato?

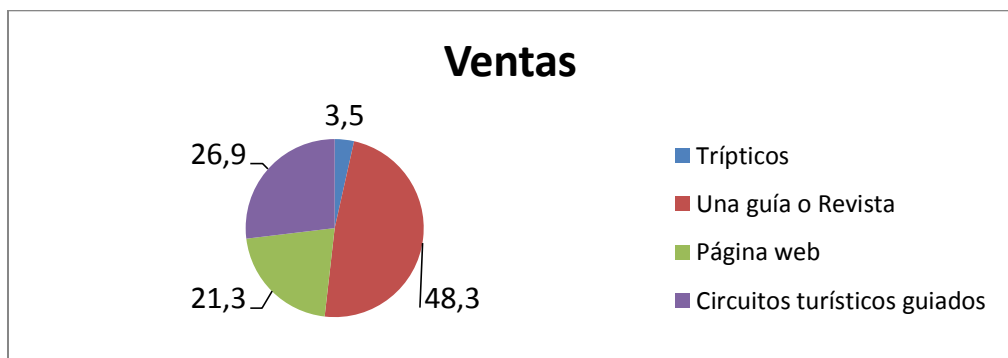
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------|------------|-------------|
| Trípticos | 13 | 3.5% |
| Una guía o Revista | 181 | 48.3% |
| Página web | 80 | 21.3% |
| Circuitos turísticos guiados | 101 | 26.9% |
| Total | 375 | 100% |

Tabla 7

Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

Gráfico 7



Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En los datos obtenidos en la encuesta aplicada a 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato tenemos que el 3.5% dice que sería una opción importante entregar trípticos para que la gente se informe de los atractivos culturales que posee la ciudad, el 48.3% dice que a ellos les gustaría una guía o revista, mientras que el 21.3% afirma que les agradaría tener la información por medio de una página web y a un 26.9% le llamaría la atención que se realicen circuitos turísticos guiados.

Del análisis desarrollado se puede interpretar que una idea clara que tienen los turistas acerca de la mejor opción para brindar la información turística será crear una guía o revista.

Tabla # 8

8.- ¿Con qué frecuencia visita los museos o quintas de la ciudad de Ambato?

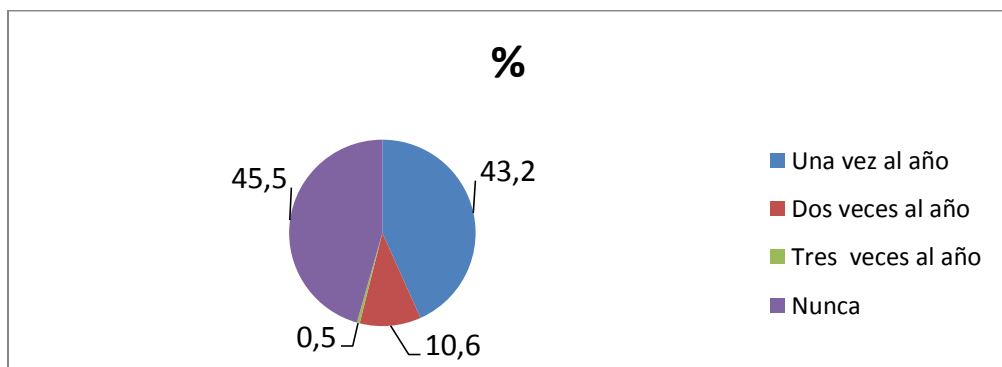
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------|------------|-------------|
| Una vez al año | 162 | 43.2% |
| Dos veces al año | 40 | 10.6% |
| Tres veces al año | 2 | 0.5% |
| Nunca | 171 | 45.5% |
| Total | 375 | 100% |

Tabla 8

Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

Gráfico 8



Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la encuesta aplicada a 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato se obtuvo que el 43.2% dice que visita una vez al año las quintas o museos de la ciudad, el 10.6% afirma que visitan dos veces al año, mientras que el 0.5% afirma que llegan a museos o quintas tres veces al año, y finalmente el 45.5% dice que nunca han visitado las quintas o museos de la ciudad de Ambato.

Los resultados obtenidos en el análisis demuestran que los encuestados han visitado las quintas o museos de la ciudad máximo una vez y otros nunca.

Tabla # 9

9.- ¿Al participar en tours de carácter cultural en la ciudad de Ambato, estos le han parecido?

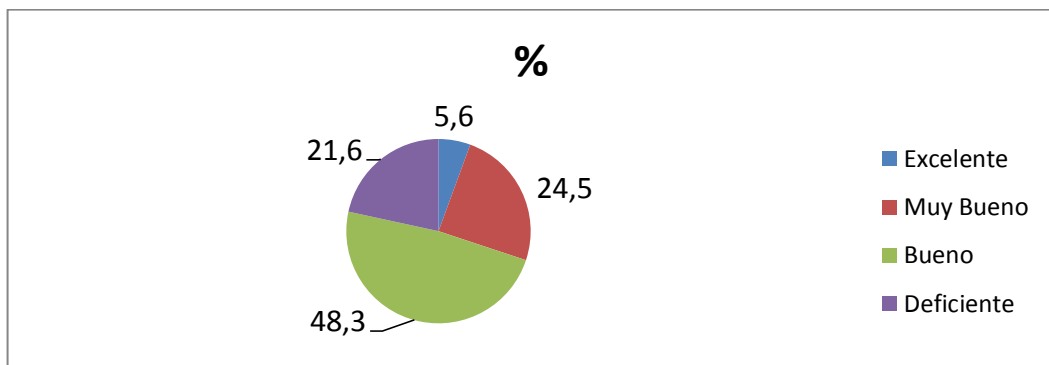
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Excelente | 21 | 5.6% |
| Muy Bueno | 92 | 24.5% |
| Bueno | 181 | 48.3% |
| Deficiente | 81 | 21.6% |
| Total | 375 | 100% |

Tabla 9

Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

Gráfico 9



Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la encuesta aplicada a 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato se observó que el 5.6% piensa que al participar en tour de carácter cultural estos le han parecido excelentes, el 24.5% afirma que le parecieron muy buenos, el 48.3% dice que simplemente le han parecido buenos los tours, y finalmente el 5.6% afirma que es deficiente los tours de carácter cultural.

A través del análisis desarrollado se puede interpretar que a la mayoría de turistas y habitantes que han participado en tours de carácter cultural solo piensan que es bueno.

Tabla # 10

10.- ¿Cuál es el grado de frecuencia que usted visita Ambato para acudir a sitios culturales?

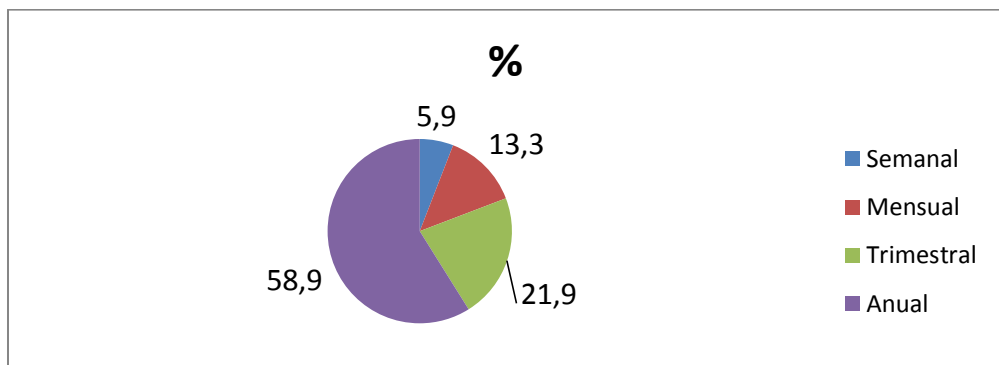
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Semanal | 22 | 5.9% |
| Mensual | 50 | 13.3% |
| Trimestral | 82 | 21.9% |
| Anual | 221 | 58.9% |
| Total | 375 | 100% |

Tabla 10

Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

Gráfico 10



Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la encuesta aplicada a 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato se obtuvo que el 5.9% dice que visitan sitios de carácter cultural semanalmente, también el 13.3% afirma que ellos visitan de manera mensual, además el 21.9% dice que sus visitas son trimestrales y finalmente el 58.9% dice que visitan anualmente los sitios culturales de la ciudad.

Con los datos obtenidos se interpreta que los turistas o habitantes de la ciudad visitan anualmente los sitios culturales y un porcentaje pequeño menciona que sus visitas son semanales.

Tabla # 11

11.- ¿Cómo considera la atención en museos y quintas con que se aplica la calidad de servicio en la ciudad de Ambato?

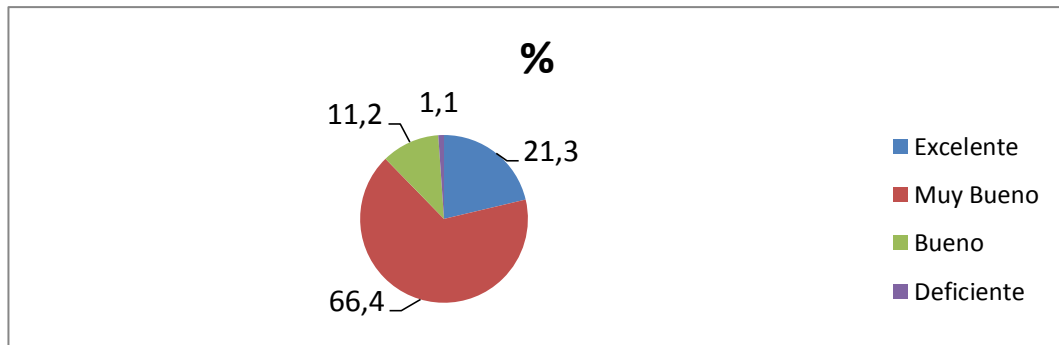
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente | 80 | 21.3% |
| Muy Bueno | 249 | 66.4% |
| Bueno | 42 | 11.2% |
| Deficiente | 4 | 1.1% |
| Total | 375 | 100% |

Tabla 11

Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

Gráfico 11



Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la encuesta aplicada a 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato se obtuvo que el 21.3% dice que la atención en quintas y museos es excelente, también el 66.4% afirma que la calidad de servicio que se ofrece es muy bueno, además el 11.2% dice que es buena la atención de los atractivos turísticos-culturales y finalmente el 1.1% dice que la atención es deficiente.

Con los datos obtenidos se interpreta que los turistas o habitantes de la ciudad de Ambato consideran que la atención en quintas y museos es muy buena con relación a la calidad de servicio.

Tabla # 12

12.- La promoción de los sitios turísticos culturales de la ciudad de Ambato es:

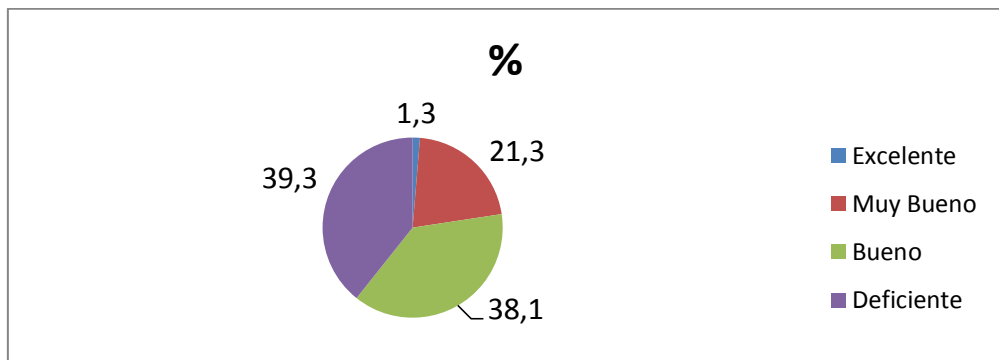
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente | 5 | 1.3% |
| Muy Bueno | 80 | 21.3% |
| Bueno | 143 | 38.1% |
| Deficiente | 147 | 39.3% |
| Total | 375 | 100% |

Tabla 12

Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

Gráfico 12



Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En los datos obtenidos en la encuesta aplicada a 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato tenemos que el 1.3% dice que la promoción de los sitios culturales de la ciudad es excelente, el 21.3% piensa que la promoción de los sitios culturales es muy buena, mientras que el 38.1% afirma que simplemente es buena la promoción de los sitios turísticos culturales y a un 39.3% le parece deficiente la promoción que se realiza.

Del análisis desarrollado se puede interpretar que un apreciable número de encuestados opinan que la promoción que se realiza sobre los sitios turísticos culturales es buena y otro grupo que es deficiente.

Tabla # 13

13.- ¿La restauración y conservación de los Atractivos Culturales de la ciudad de Ambato promueve el incremento de turistas de forma?

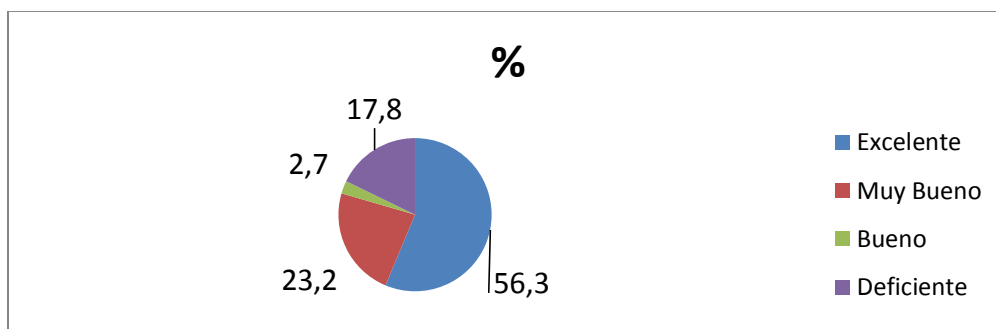
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Excelente | 211 | 56.3% |
| Muy Bueno | 87 | 23.2% |
| Bueno | 10 | 2.7% |
| Deficiente | 67 | 17.8% |
| Total | 375 | 100% |

Tabla 13

Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

Gráfico 13



Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la encuesta aplicada a 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato, el 56.3% dice que la restauración y conservación de los atractivos culturales ayudara al incremento de turistas en forma excelente, el 23.2 % dice que en forma muy buena aumentara el flujo turístico, mientras que el 2.7 % dice que será buena la afluencia de turistas la restaurar y conservar los atractivos culturales, y finalmente el 2.7 % afirma que será deficiente el aumento de turistas con la restauración y conservación de los Atractivos Culturales.

Con el análisis anterior se puede interpretar que la mayoría de los encuestados coinciden en que es excelente la restauración y conservación de los atractivos para promover el incremento de turistas en la ciudad de Ambato.

Tabla # 14

14.- ¿Cree usted que al fomentar la actividad cultural el desarrollo de la actividad turística será?

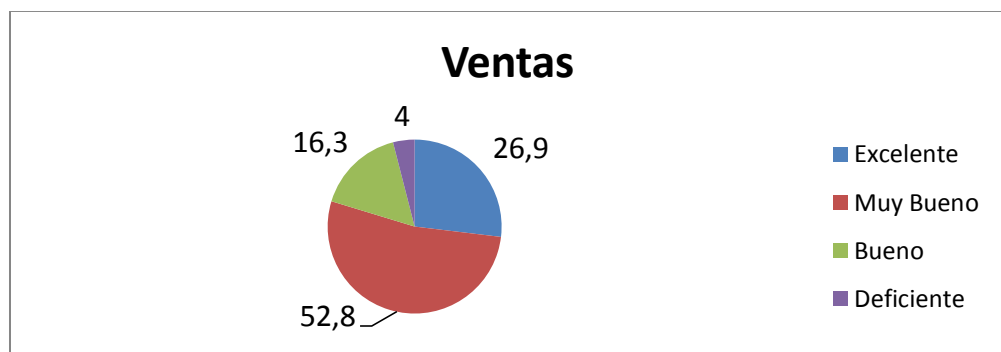
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Excelente | 101 | 26.9% |
| Muy Bueno | 198 | 52.8% |
| Bueno | 61 | 16.3% |
| Deficiente | 15 | 4% |
| Total | 375 | 100% |

Tabla 14

Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

Gráfico 14



Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la encuesta aplicada a 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato el 26.9% afirma que al fomentar la actividad cultural la actividad turística será excelente, el 52.8% dice que es muy bueno que fomentando la actividad cultural se activará la actividad turística, mientras que el 16.3% dice que es bueno fomentar esta actividad, y finalmente el 4% afirma que es deficiente el fomentar la actividad cultural para buscar el desarrollo de la actividad turística.

De los datos obtenidos se interpreta que se considera muy bueno que se fomente el turismo cultural debido a que se promoverá el desarrollo de la Actividad Turística en la ciudad de Ambato.

Tabla # 15

15.- ¿Considera usted que la rentabilidad económica de los prestadores de servicios turísticos al promover la actividad cultural en la ciudad de Ambato será?

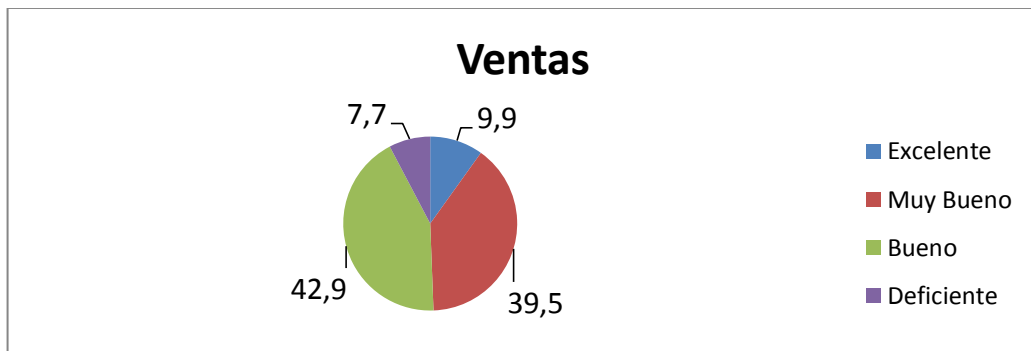
| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Excelente | 37 | 9.9% |
| Muy Bueno | 148 | 39.5% |
| Bueno | 161 | 42.9% |
| Deficiente | 29 | 7.7% |
| Total | 375 | 100% |

Tabla 15

Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

Gráfico 15



Fuente: Encuesta aplicada a Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la encuesta aplicada a 375 turistas y habitantes de la ciudad de Ambato, el 9.9% dice que será excelente el desarrollo económico de los prestadores de servicios turísticos al promover la actividad cultural, el 39.5% afirma que es muy buena la función de promover la actividad cultural, el 42.9% afirma que la rentabilidad económica al promover el turismo cultural será buena , mientras tanto que el 7.7% señala que será deficiente la recuperación económica mediante la activación de las actividades culturales.

De los datos obtenidos se demuestra que el desarrollo económico de los prestadores de servicios turísticos al promover la actividad cultura será bueno.

4.3 Verificación de Hipótesis

4.3.1 Planteamiento de la hipótesis

H0. Los Atractivos Culturales NO incidirán en el desarrollo de la Actividad Turística de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua.

H1. Los Atractivos Culturales SI incidirán en el desarrollo de la Actividad Turística de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua.

4.3.2 Selección del nivel de significación

Para la verificación de la hipótesis se utilizará el nivel de $\alpha = 0.05$

4.3.3 Descripción de la población

Se ha tomado en cuenta para la investigación de campo un número de muestra de 375 encuestas, a los visitantes o habitantes de la ciudad de Ambato que realizan Turismo.

4.3.4 Especificación de lo estadístico

Es necesario mencionar que para la verificación de la hipótesis se expresará un cuadro de contingencia de 4 filas por 2 columnas con el cual se determinará las frecuencias esperadas.

| Alternativas | Frecuencias observadas | Frecuencias esperadas | Frecuencias observadas | Frecuencias esperadas | Total |
|--------------|------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|-------|
| Excelente | 14 | 287,625 | 101 | 287,625 | 115 |
| Muy bueno | 55 | 126,375 | 198 | 126,375 | 253 |
| Bueno | 129 | 94,875 | 61 | 94,875 | 190 |
| Deficiente | 177 | 96 | 15 | 96 | 192 |
| Total | 375 | | 375 | | 750 |

Tabla 16 Frecuencias Esperadas y Observadas

4.3.5 Recolección de datos y cálculo estadístico

Para esto utilizaremos la siguiente fórmula:

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

| Frecuencias Observadas | Frecuencias Esperadas | (O-E) | (O-E) ² | Σ(O-E)/E |
|------------------------|-----------------------|----------|--------------------|----------|
| 14 | 287,625 | -273,625 | 74870,641 | 260,306 |
| 55 | 126,375 | -71,375 | 5094,391 | 40,312 |
| 129 | 94,875 | 34,125 | 1164,516 | 12,274 |
| 177 | 96 | 81 | 6561 | 68,343 |
| 101 | 287,625 | -186,625 | 34828,891 | 121,091 |
| 198 | 126,375 | 71,625 | 5130,141 | 40,595 |
| 61 | 94,875 | -33,875 | 1147,516 | 12,095 |
| 15 | 96 | -81 | 6561 | 68,343 |
| | | | | 623,359 |

Tabla 17 Recolección de datos

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

En base a los objetivos planteados y a los resultados obtenidos en la presente investigación sobre los Atractivos Culturales y el desarrollo de la Actividad turística de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua, se estableció las siguientes conclusiones:

- El grado de satisfacción que sienten los turistas y habitantes de la ciudad de Ambato es regular ya que están convencidos que no existe algo novedoso o que les motive a visitar por primera vez o regresar al atractivo turístico de carácter cultural.
- La deficiente promoción que se realiza de los atractivos culturales hace que se concluya que no se promueve el turismo cultural de la ciudad ya que solo se da importancia a las fiestas de las flores y las frutas y eventos relacionados con dichas actividades.
- La labor de restauración y conservación realizada a museos y quintas de la ciudad de Ambato, es muy positiva, sin embargo se destaca que no existe promoción y difusión de los atractivos culturales.
- La calidad de servicio que ofrecen los prestadores de estos lugares según los turistas y habitantes es muy bueno pero pasa de lo normal a lo básico, no hay un plus o extra para motivar al retorno o promocionar a terceros para que visiten estos sitios culturales.

- De la investigación realizada se concluye que el turismo es uno de los principales motivos que invita a la participación activa de todos los sectores para la generación de ingresos económicos, y que fomenta el desarrollo social y cultural.
- Luego del estudio del tema de investigación se puede concluir que el desarrollo de la actividad turística tras fomentar la actividad cultural se activara de forma positiva lo cual beneficiara a actores directos e indirectos relacionados con el turismo.

Recomendaciones:

- Se considera que lo primordial para atraer al turista es poder darles un plus en su experiencia, el crear actividades en los espacios culturales como en quintas realizar ferias de turismo o en museos realizar exposiciones de arte de pinturas, traer expositores reconocidos, esto ayudará a incentivar el regreso del turista o habitante y de igual manera que se sugiera con terceras personas para que visiten el atractivo.
- Se recomienda que se manejen nuevos proyectos de promoción y difusión empezando en la misma ciudad, y estar posicionados en el mercado local y la expansión hacia otras provincias y a nivel internacional.
- La metodología e información que se brinde sobre los atractivos culturales debe ser capaz de generar una cultura turística tanto en los habitantes de la ciudad como en los visitantes y esto se logra manejando adecuadamente la información, al Turismo cultural se lo debe tratar de manera especial para de esta manera tener un interés latente en turistas y habitantes de la ciudad de Ambato.

- La capacitación debe ser una herramienta fundamental para el personal vinculado y relacionado de forma directa o indirecta con los sitios culturales de manera permanente y buscar nuevas estrategias para llegar al turista y propiciar una experiencia única y satisfactoria.

- Si bien es cierto el turismo genera altos ingresos, por lo tanto se debe planificar a corto, mediano y largo plazo el óptimo aprovechamiento de estos recursos.

- Se recomienda que las autoridades incentiven a realizar programas culturales para que de este modo se desarrolló la actividad turística en la ciudad de Ambato.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos Informativos

Nombre o título de la propuesta: Campaña de difusión de los atractivos culturales mediante la guianza personificada en busca del desarrollo de la actividad Turística en la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua.

”Ambato un lugar Majestuoso lleno de historia, tradición y cultura”

Institución ejecutora: Ministerio de Turismo.

Beneficiarios: Turistas y Habitantes de la ciudad de Ambato.

Ubicación: Ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua.

Tiempo estimado para la ejecución: Febrero 2013 – Marzo 2013

Equipo técnico responsable: Investigador

Costo: 170 Dólares

| RUBROS DE GASTOS | VALOR |
|-------------------------------|---------------|
| Transporte | 10 |
| Material de escritorio | 15 |
| Recolección de la información | 15 |
| Guía y preparación | 120 |
| Imprevistos | 10 |
| Total | 170.00 |

Tabla 18 Presupuesto de la propuesta

Elaborado por: Oscar Fabián Caiza Revelo

6.2. Antecedentes de la Propuesta

Una vez concluida la investigación y en base a los resultados obtenidos en los diferentes datos estadísticos conjuntamente con las observaciones realizadas se puede ver que los turistas y habitantes de la ciudad de Ambato no conocen mucho sobre los atractivos culturales ya sea por falta de interés o no haber una correcta promoción y difusión, esto conlleva a que el desarrollo turístico de la ciudad se estanque y solo sea promovido por acontecimientos en las fiestas de la ciudad o fechas importantes.

En la ciudad de Ambato es necesario crear, mediante una labor de difusión entre niños y adultos, una conciencia colectiva que mire con respeto y orgullo los atractivos culturales, que sepa cuidar ese patrimonio, defenderlo, conservarlo y exaltarlo. Esto se lograra mediante la campaña de promoción turística en la cual se señalara actividades y emprendimientos que lleven a cabo la intención que los potenciales viajeros se decidan planificar una visita a los atractivos culturales de la ciudad de Ambato.

6.3 Justificación

La campaña de difusión de los atractivos culturales mediante la guianza personificada en las quintas de Juan Montalvo y Juan León Mera, y Mausoleo de Juan Montalvo será de mucha importancia para los turistas y habitantes de la ciudad, sumado al crear una cultura turística en los habitantes de la ciudad ya sean niños, jóvenes o adultos, las cuales ayudaran a los habitantes y visitantes de la ciudad de Ambato aprovechar de mejor manera los servicios que ofrecen los diversos sitios culturales lo cual será como un medio para lograr el desarrollo turístico que se busca, también esta propuesta permitirá que los turistas al visitar los atractivos culturales si sientan satisfechos y que piensen que la experiencia es inolvidable.

Por otra parte al fomentar el turismo cultural se incrementará tanto la participación colectiva como la individual de los turistas, lo cual ayudara a desarrollar este turismo en la ciudad.

A través de esta propuesta se quiere implementar una guianza personificada en los sitios de mayor importancia en sentido cultural lo cual sirva como guía específica para que el turista y los habitantes de la ciudad de Ambato tengan conocimiento e interés de conocer, esta actividad dará el empujón a los lectores para que asistan y tengan la curiosidad de visitar y así se enamoren de los atractivos culturales que posee la ciudad.

Finalmente esta guianza personificada puede convertirse en la herramienta base para lograr el desarrollo de la actividad turística y así que los ganadores de esto sean los habitantes y turistas y de esto los prestadores de servicios turísticos directos e indirectos salgan beneficiados.

6.4 Objetivos

6.4.1 General

- Implementar la guianza personificada en las Quintas de Juan Montalvo y Juan León Mera, y Mausoleo de Juan Montalvo con lo cual se ganará interés para mejorar la participación de los turistas a los atractivos culturales de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.

6.4.2 Específicos

- Innovar en la forma de llegar al turista mediante la guianza personificada de las quintas y mausoleo.
- Realizar permanentemente la guianza personificada con el aval del departamento de turismo provincial.

- Socializar la propuesta en instituciones educativas, ciudadanía y oficinas de información turística.

6.5 Análisis de Factibilidad

La propuesta es factible de aplicar debido a que es productivo socialmente y favorable para el turismo, también se debe señalar que se cuenta con los recursos económicos necesarios ya que serán asumidos por el investigador, así como también con los recursos técnicos para efectuar dicha propuesta.

6.6 Fundamentación

GUIAS

Son los encargados de dirigir al grupo de turistas dentro del tour de una manera individual o grupal, además los guías deben tener legalmente su licencia, otra característica es que deben ser bilingües, trilingües etc., y como parte del trabajo se destaca lo siguiente:

- Dar a conocer el lugar de visita.
- Hablar y tener un buen nivel de idioma
- Brindar seguridad
- Ser de carácter firme, pero también flexible ante las circunstancias.

- Tener cualidades de puntualidad, discreción, honradez, lealtad y paciencia.
- Trasladar al turista a los lugares ofertados.
- Cumplir con el itinerario establecido en los tours.
- Ser puntual, amable, cordial, sociable, respetuoso y responsable

SUSTENTABILIDAD

Con esto se busca una sostenibilidad cultural donde se pone de manifiesto el cambio de actitud y mentalidad de la ciudadanía desarrollando en ellos valores importantes, como de respeto, responsabilidad, y protección hacia nuestro patrimonio, dando esto como resultado la apreciación de la identidad, y una mejora en la calidad de vida de los habitantes de la ciudad de Ambato.

Al elaborar el trabajo no solo ayudara a la promoción de los lugares turísticos, si no que esta campaña de difusión de los atractivos culturales mediante la guianza personificada fomentara a la preservación de todos los atractivos culturales que nos rodean y por ende la concienciación hacia la población para dar la debida importancia de los mismos, puesto que este potencial cultural y natural debe ser protegido de manera sustentable para que no exista un desequilibrio de los distintos recursos y se pueda mantener sin alteraciones hasta las futuras generaciones.

6.7 Metodología

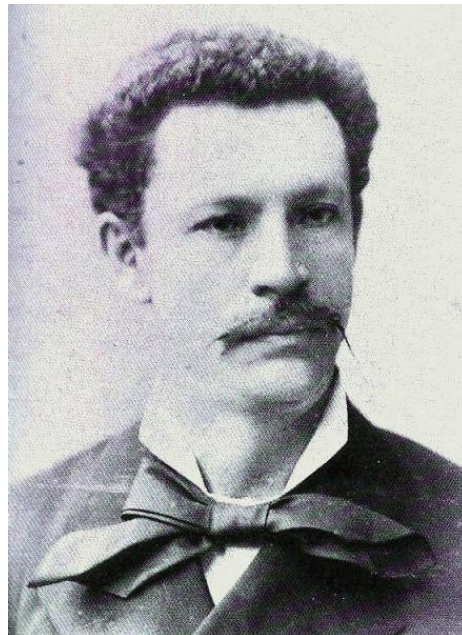
| FASES | ETAPAS | METAS | ACTIVIDADES | RECURSOS | PRESUPUESTO | RESPONSABLES | TIEMPO |
|---------------|--|--|---|---|-------------|--------------|-----------|
| SOCIALIZACIÓN | Dar a conocer el itinerario del tour en las quintas y el mausoleo | Crear interés en el potencial del visitante | Socialización con estudiantes, turistas y habitantes de la ciudad | Humanos Económicos Materiales | 30 | Investigador | 1 semana |
| PLANIFICACIÓN | Capacitación | Preparación del personal que será guía | Asistir a las capacitaciones los que trabajaran como guías en las quintas y museos. | Humanos Económicos Materiales | 40 | Investigador | 1 semana |
| EJECUCIÓN | Diálogo Exposiciones | Lograr una buena acogida por parte de los turistas del nuevo modelo de guianza | Práctica de los guías en los lugares indicados | Humanos Económicos Materiales | 40 | Investigador | 2 semanas |
| EVALUACIÓN | Analizar la acogida que ha tenido la actividad Seguimiento Informe de Resultados | Obtener buenos criterios en las encuestas | Revisión y vigilancia para tener constancia del normal desarrollo del proyecto | Encuestas Entrevistas Cuestionarios | 40 | Investigador | 3 semanas |

Ilustración 9 Metodología

Casa y Mausoleo de Juan Montalvo



Al ingresar el turista la persona que lo recibirá es la personificación de Don Juan Montalvo, lo cual será la primera gran impresión del turista o visitante.



La personificación de Juan Montalvo será el encargado de guiar y acompañar al visitante durante el recorrido, durante el cual hablara sobre:

- La fecha en que abre sus puertas al público la casa museo, especificando que esta inaugura su apertura un día antes de celebrar el centenario de su natalicio.
- Hablará sobre su vida y obras, aquí se tocara temas como los exilios políticos que tuvo que pasar, sus principales obras y sobre todo la difusión de la cultura Montalvina que consta en sus obras.
- Además la personificación hablara sobre el legado que Montalvo dejo para su pueblo, dando a conocer sobre la Justicia y libertad que siempre difundió, tocando aspectos como la educación que Montalvo siempre opino que es lo único que nos sacara del subdesarrollo, sobre los Derechos Humanos y de la Mujer, entre lo más relevante en esta parte que relatara.
- Una parte importante del recorrido será antes de que entren al mausoleo, porque hablara sobre su enfermedad y la valentía con la que la enfrento, y el carácter que practico en esta dura etapa de su vida.
- Una vez ya en el mausoleo el guía tomara una ubicación secundaria para de este lugar para dar a conocer información sobre el aspecto griego que toma esta sección donde reposa el cuerpo embalsamado de Don Juan Montalvo.
- Para finalizar la guianza, la personificación agradecerá la participación de los visitantes y palabras cordiales complementarias.

Nota: El aspecto dinámico de esta guianza será sometido a cambios didácticos, tomando en cuenta a que grupo se está guiando, dado el caso que pueden ser niños, jóvenes o adultos y la forma de llegar al visitante es distinta.

Quinta de Juan Montalvo



Al recibir una cordial bienvenida los visitantes por parte de la personificación de Juan Montalvo se empezara el recorrido.



La belleza de la quinta es lo impresionante que ayudara al guía a tener la atención latente del turista para iniciar el trayecto que tocara temas como:

- Para iniciar este recorrido se hablara una reseña de su vida, incluyendo fechas de su nacimiento, muerte, primer exilio.
- A su planificado guion se le dará un toque especial e impactante para resaltar la importancia que tuvo en la política y literatura mundial para que el visitante sepa porque llego a ser nombrado el cervantes de América, datos al igual como que en la mayoría de las provincia existe un colegio que se llama Juan Montalvo en su honor.
- Continuando con el trayecto al acceder las gradas mencionar datos como que la quinta de Juan Montalvo llegaba hasta donde actualmente es la Quinta de Juan León Mera con el cual se reunió de vez en cuando para hablar de política y literatura, hablar de lasos familiares de Montalvo, el fin de esto es mantener la atención del visitante y que la experiencia sea placentera.
- Al seguir interactuando con el visitante en el interior de la casa donde están adecuadas las 3 salas que exhiben los mobiliarios de la época así como objetos importantes entre los que se destacan un piano, la cama, cuadros y cartas, mencionar que Montalvo tenía allí su lugar favorito para escribir sus más hermosos y profundos párrafos.
- Al llegar a la parte exterior donde existe una pileta llamada “de los deseos” en un pequeño rincón de la Quinta que adorna sus jardines y entorno se aprovechara que en el lugar se respira un ambiente de paz y tranquilidad rodeada de árboles y varios letreros interpretativos con frases célebres de Juan Montalvo para dar un mensaje final y despedir cordialmente al turista.

Nota: El aspecto dinámico de esta guianza será sometido a cambios didácticos, tomando en cuenta a que grupo se está guiando, dado el caso que pueden ser niños, jóvenes o adultos y la forma de llegar a la visitante es distinta.

Quinta de Juan León Mera



Al llegar el turista a la quinta de Juan León Mera la primera impresión que se llevarán será positiva ya que observarán la personificación del gran escritor.



Para dar inicio al recorrido el turista estará bien acompañado por la figura personificada de Juan león Mera el cual entre su guion hablara sobre:

- Tras una cordial bienvenida ofrecida a los turistas se dará inicio al recorrido por el anfitrión que figura como Juan León Mera, como introducción se empieza dando a conocer el año en el que el escritor y su familia llegaron a vivir en la quinta que tiene de extensión 5 hectáreas.
- Dar a conocer datos relevantes como por qué se conoce al siglo XIX como el siglo de oro, datos de la riqueza del arte con la que cuenta la quinta.
- Siguiendo el guion ya convenido se trataran temas que con el carisma que presente el guía atraerá más la atención del turista como: que fue el autor de la letra del Himno Nacional que con la cual tuvo inconvenientes porque le pedían que cambie partes del Himno para lo cual él escribió "Yo no cambio la letra del himno porque no es una letra de cambio".
- Datos que son importantes mencionar en el trayecto de la guianza es que la quinta es parte del centro de estudio botánico ya que es parte del Jardín Botánico ya que la quinta cuanta con 250 especies nativas e introducidas, además que entre ellas hay 7 especies de plantas endémicas únicas en América.
- Nunca se puede olvidar el mencionar ya en el interior las principales obras como Comanda que la escribió en 1879, datos como estos estarán perfectamente acompañados con las figuras de cera que se encuentran en el interior de los dormitorios de la quinta.
- Un lugar espectacular para dar el mensaje final y que los turistas puedan estar en un ambiente natural y tranquilo será la explanada que formo parte de la restauración a al que fue sometida la Quinta escritor.

Nota: El aspecto dinámico de esta guianza será sometido a cambios didácticos, tomando en cuenta a que grupo se está guiando, dado el caso que pueden ser niños, jóvenes o adultos y la forma de llegar a la visitante es distinta.

BIBLIOGRAFÍA

RENDON, David (2009) en su publicación “Turismo y ciencia”

FONSECA, Elena (2011) “Turismo, Hotelería y Restaurantes” España Editorial Lexus.

QUIROGA, Hugo (2010) “Turismo y Hotelería” Manual de administración hotelera, Ediciones Daly.

MORAGUES, Damián (2006) “Turismo, Cultura y Desarrollo ” Editorial AECI.

LUNDBERG, Donald (1986) “Organización y Administración del Turismo”

(Lourdes ballbé trad.) España Ediciones Centrum Técnicas Y científicas.

TABARES, Fabio (1986) “Comercialización del Turismo” Determinación y análisis del mercado (2da. Ed.) México D.F, Editorial Trillas.

SANCHO, Amparo (1998) “Introducción al Turismo”

BOULLON, Roberto (1999) “Planificación del espacio Turístico” Editorial Trillas.

HIERNAUX, Daniel (2008) Una década de cambios: la Geografía Humana y el estudio del turismo. Script Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Barcelona: Universidad de Barcelona, agosto de 2008, vol. XII, núm. 270 (87).

Martínez Roget, Fidel y De Miguel Domínguez, José C. 2000. La demanda turística en Galicia. El Problema de la Concentración

ENLACES DE PAGINAS WEB

<http://turismo57.wordpress.com/2010/06/19/sistema-turistico/>
http://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_monop%C3%B3lica
<http://www.tungurahua.gov.ec>
<http://www.ecuadorturistico.com>
<http://www.turismo.gov.ec>
<http://www.leydeturismo.gov.ec>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

Encuesta dirigida a los habitantes de la ciudad y Turistas que llegan a la Ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua

Objetivo:

Determinar la importancia de los atractivos culturales en el desarrollo de la Actividad Turística de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua, con el fin de dar a conocer y rescatar la difusión de los aspectos culturales de la localidad.

Indicaciones:

El tratamiento que se dé a la información generada en la presente encuesta, será de carácter anónimo y confidencial. Se agradece su participación.

Instrucciones:

Marque con una **X** dentro de los cuadros con la respuesta de su preferencia.

1.- ¿Al visitar los Atractivos Culturales cuál es el grado de satisfacción que usted tiene?

Excelente Muy Bueno Bueno Deficiente

2.- ¿Cómo considera que se maneja la promoción de sitios culturales en la ciudad de Ambato?

Excelente Muy Bueno Bueno Deficiente

3.- ¿Puede asignar el grado de importancia de los Atractivos Culturales que encontramos en la ciudad de Ambato?

Excelente Muy Bueno Bueno Deficiente

4.- ¿En qué estado de conservación considera usted que se encuentran los Atractivos Turísticos Culturales de la ciudad de Ambato?

Excelente Muy Bueno Bueno Deficiente

5.- ¿La información turística que usted obtiene sobre los Atractivos Culturales de la ciudad de Ambato es?

Excelente Muy Bueno Bueno Deficiente

6.- ¿Qué proyectos cree usted, que se debería implementar en la ciudad de Ambato para dinamizar el Turismo Cultural?

| | |
|-----------------------------------|--------------------------|
| Recuperación de sitios culturales | <input type="checkbox"/> |
| Promoción y Difusión | <input type="checkbox"/> |
| Conservación | <input type="checkbox"/> |
| Otros (Especificar) | <input type="checkbox"/> |

.....

7.- ¿Cuál cree usted sería la mejor herramienta para brindar información turística sobre los Atractivos Culturales de la ciudad de Ambato?

| | |
|------------------------------|--------------------------|
| Trípticos | <input type="checkbox"/> |
| Una guía o Revista | <input type="checkbox"/> |
| Página web | <input type="checkbox"/> |
| Circuitos turísticos guiados | <input type="checkbox"/> |

8.- ¿Con qué frecuencia visita los museos o quintas de la ciudad de Ambato?

Una vez Dos veces Tres veces al Nunca
 al año al año año

9.- ¿Al participar en tours de carácter cultural en la ciudad de Ambato, estos le han parecido?

Excelente Muy Bueno Bueno Deficiente

10.- ¿Cuál es el grado de frecuencia que usted visita Ambato para acudir a sitios culturales?

Semanal Mensual Trimestral Anual

11.- ¿Cómo considera la atención en museos y quintas con que se aplica la calidad de servicio en la ciudad de Ambato?

Excelente Muy Bueno Bueno Deficiente

12.- La promoción de los sitios turísticos culturales de la ciudad de Ambato es:

Excelente Muy Bueno Bueno Deficiente

13.- ¿La restauración y conservación de los Atractivos Culturales de la ciudad de Ambato promueve el incremento de turistas de forma?

Excelente Muy Bueno Bueno Deficiente

14.- ¿Cree usted que al fomentar la actividad cultural el desarrollo de la actividad turística será?

Excelente Muy Bueno Bueno Deficiente

15.- ¿Considera usted que la rentabilidad económica de los prestadores de servicios turísticos al promover la actividad cultural en la ciudad de Ambato será?

Excelente Muy Bueno Bueno Deficiente

GRACIAS POR SU COLABORACION