



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
MODALIDAD PRESENCIAL**

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

TEMA:

**“SITIOS WEB DE PROMOCIÓN TURÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN LA
DINAMIZACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO EN EL CANTÓN
SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”.**

AUTORA: María Elena Torres Chancusi

TUTOR: Lcdo. Mg. Oscar Alberto Abril Flores

Ambato – Ecuador

2013

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

CERTIFICA:

Yo, Lcdo. Mg. Oscar Abril Flores con C.I: 180329262-0 en mi calidad de Tutor del trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“SITIOS WEB DE PROMOCIÓN TURÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN LA DINAMIZACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI.”** desarrollado por la egresada **MARÍA ELENA TORRES CHANCUSI**, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, como científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

.....
Lcdo. Mg. Oscar Alberto Abril Flores.

TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

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

Ambato, 3 de Febrero 2013.

.....
María Elena Torres Chancusi

C.I.: 0503758930

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: **“SITIOS WEB DE PROMOCIÓN TURÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN LA DINAMIZACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO DE EL CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI.”** presentada por la Srta. María Elena Torres Chancusi egresada de la Carrera de Turismo y Hotelería, promoción: Marzo - Agosto 2012 una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en virtud 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, 19 de Junio 2013.

LA COMISIÓN

.....

Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
Lcdo. Héctor Raúl Tamayo Soria

.....
Lcdo. Mg. Walter Geovanny Aguilar Chasipanta

MIEMBRO

MIEMBRO

DEDICATORIA

*Este trabajo dedico a mis padres,
Por su apoyo incondicional en el transcurso de mi vida,
Y así lograr esta anhelada meta en el campo Profesional,
Gracias a sus buenos consejos que cultivaron en mí los mejores valores.*

María

AGRADECIMIENTO

A Dios quien siempre ha estado a mi lado y me da esa fuerza interior para llevar a cabo lo que me propongo, de la misma manera a mis padres por apoyarme y guiarme por el buen camino, por último a todos mis maestros ya que ellos con sus conocimientos me han encaminado en mi vida estudiantil.

Gracias por todo siempre estaré agradecida con todos ustedes.

María

ÍNDICE GENERAL

Contenido

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
Al Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación:	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
INTRODUCCIÓN.....	xv
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA	1
1.1 TEMA	1
1.2.1 Contextualización del problema	1
1.2.2. Análisis Crítico.....	3
1.2.3 Prognosis	4
1.2.4 Formulación del Problema	4
1.2.5 Preguntas directrices de la investigación	5

1.2.6	Delimitación del Problema	5
1.2.6.1	Delimitación de Contenidos.....	5
1.2.6.2	Delimitación Espacial.....	5
1.2.6.3	Delimitación Temporal	5
1.3	Justificación.....	5
1.4	Objetivos.....	6
1.4.3	Objetivo General	6
1.4.4	Objetivo Específico.....	6
CAPÍTULO II.....		7
MARCO TEÓRICO		7
2.1	Antecedentes de la Investigación.....	7
2.2	Fundamentación Filosófica.....	10
2.3	Fundamentación Legal.....	10
2.4	Categorías Fundamentales	13
2.4.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA VARIABLE INDEPENDIENTE (SITIOS WEB DE PROMOCIÓN TURÍSTICA)	15
2.4.1.1	Fundamentación Teórica Subordinación Variable Independiente (Sitios web de promoción turística).....	18
2.4.2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA VARIABLE DEPENDIENTE (DINAMIZACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO). 19	
2.4.2.1	Fundamentación Filosófica subordinación conceptual. Variable dependiente (Dinamización del Mercado Turístico).....	24
2.5	Hipótesis	26
2.6	Señalamiento de Variables de la Hipótesis.....	26

CAPÍTULO III	27
METODOLOGÍA	27
3.1 Enfoque	27
3.2 Modalidad básica de la investigación	27
3.3 Nivel o tipo de investigación	28
3.4 Población y Muestra	28
3.4.1 Población	28
3.4.2 Muestra	29
3.6 Recolección de Información	25
3.7 Procesamiento y Análisis	26
CAPÍTULO IV	27
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	27
4.2 Verificación de la Hipótesis	37
4.2.1 Planteamiento de las Hipótesis	37
4.2.2 Selección del nivel de significación	37
4.2.3 Descripción de la población	37
4.2.4 Especificación de lo establecido	38
4.2.5 Especificación de las regiones de aceptación y rechazo	38
La representación gráfica sería:	39
4.2.6 Recolección de datos y cálculo de lo establecido	40
CAPÍTULO V	42
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	42

5.1. CONCLUSIONES	42
5.2. RECOMENDACIONES	44
CAPÍTULO VI	45
PROPUESTA.....	45
6.1 DATOS INFORMATIVOS	45
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	46
6.3 JUSTIFICACIÓN.....	46
6.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	47
6.4.1 Objetivo General	47
6.4.2 Objetivos Específicos	47
6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	48
6.5.1 FACTIBILIDAD OPERATIVA	48
6.5.2 FACTIBILIDAD ECONÓMICA	48
6.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	49
6.7 METODOLOGÍA DE LA PROPUESTA	51
6.7.1 ARBOL DE PROBLEMAS.....	52
6.7.1 ARBOL DE OBJETIVOS.....	53
6.7.3 MATRIZ DE MARCO LOGICO.....	54
6.7.4 ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA	57
BIBLIOGRAFÍA.....	99
LINKOGRAFIA:	101
ANEXOS	102

ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS

Cuadro 1: Población.....	28
Cuadro 2: VARIABLE INDEPENDIENTE: Sitios Web de Promoción Turística	23
Cuadro 3: VARIABLE DEPENDIENTE: Dinamización del Mercado Turístico	24
Cuadro 4: Recolección de Información	25
Cuadro 5: Tabulación Pregunta 1	27
Cuadro 6: Tabulación Pregunta 2	28
Cuadro 7: Tabulación Pregunta 3	29
Cuadro 8: Tabulación Pregunta 4	30
Cuadro 9: Tabulación Pregunta 5	31
Cuadro 10: Tabulación Pregunta 6	32
Cuadro 11: Tabulación Pregunta 7	33
Cuadro 12. Tabulación Pregunta 8	34
Cuadro 13: Tabulación Pregunta 9	35
Cuadro 14: Tabulación Pregunta 10	36
Cuadro 15: Población de la Verificación de la Hipótesis	37
Cuadro 16: Especificación Estadística Frecuencias Observadas	38
Cuadro 17: Especificación Estadística Frecuencias Esperadas	38
Cuadro 18: Grados de Libertad (X^2).....	39
Cuadro 19: Recolección de Datos X^2	41
Cuadro 20: Factibilidad económica.....	48
Cuadro 21: Matriz de Marco Lógico	54
Cuadro 22: Administración y Evaluación	98

Gráfico 1: Árbol de Problemas.....	3
Gráfico 2: Superordinación Conceptual (Red de Inclusión Conceptual)	13
Gráfico 3: Subordinación Conceptual Variable Independiente	14
Gráfico 4: Subordinación Conceptual Variable Dependiente	14
Gráfico 5: Representación Gráfica N° 1	27
Gráfico 6: Representación Gráfica N°2	28
Gráfico 7: Representación Gráfica N° 3	29
Gráfico 8: Representación Gráfica N° 4	30
Gráfico 9: Representación Gráfica N° 5	31
Gráfico 10: Representación Gráfica N°6	32
Gráfico 11: Representación Gráfica N°7	33
Gráfico 12: Representación Gráfica N°8	34
Gráfico 13: Representación Gráfica N°9	35
Gráfico 14: Representación Gráfica N° 10	36
Gráfico 15: Representación Gráfica X^2	39
Gráfico 16: Árbol de Problemas.....	52
Gráfico 17: Árbol de Objetivos	53

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

TEMA: SITIOS WEB DE PROMOCIÓN TURÍSTICA Y SU INCIDENCIA EN LA DINAMIZACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO EN EL CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI.

AUTOR: María Elena Torres Chancusi

TUTOR: Lcdo. Mg. Oscar Abril Flores.

RESUMEN:

El presente trabajo de tesis se ha realizado con el propósito de impulsar la dinamización del mercado turístico en el Cantón Saquisilí, debido a que sus grandes recursos turísticos no han sido promocionados eficientemente. Se ha observado de manera preocupante el bajo índice turístico. Por lo que se ha visto la necesidad de crear un sitio web, ya que esto ayuda a generar ingresos económicos al Cantón y de la misma manera a la Provincia.

Acoplando de esta manera técnicas para impulsar el turismo, ya que el cantón es el eje principal para ofertar actividades turísticas netamente comerciales, es así que se ha pensado en difundir de manera adecuada para contribuir con la dinamización del mercado turístico del cantón Saquisilí.

Obteniendo una buena planificación llegaremos a impulsar nuevas alternativas para mejorar el buen vivir de los habitantes, teniendo en cuenta que el cantón Saquisilí cuenta con grandes tendencias turísticas.

Además hay que recalcar que el cantón Saquisilí cuenta con ocho mercados indígenas que fue creciendo y posesionando en la economía del cantón, la misma que es históricamente folklórica, tradicional y cultural, lugar donde puede encontrar objetos elaborados a mano.

Debido a estas identidad que posee el cantón se ve la necesidad de realizar diferentes proyectos para la dinamización de la misma aprovechando los recursos naturales y culturales.

Palabra claves:

- Dinamización,
- Mercado turístico,
- Alternativas,
- Recursos turísticos,
- Promocionar,
- Sitios web,
- Planificar,
- Técnicas,
- Ingresos económicos,
- Buen vivir.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo trata sobre Sitios Web de promoción turística y su incidencia en la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi, la estructura de investigación tuvo que seguir una secuencia de pasos que se explicarán a continuación mediante una síntesis.

CAPÍTULO I

En el primer capítulo se trató sobre cuáles eran las problemáticas, causas y efectos, del tema de investigación, se realizó una contextualización dividida en tres niveles, macro, meso y micro, además, se desarrolló la prognosis del problema y se delimitó el contenido en tiempo y espacio, otro aspecto importante es que se pudo definir y aclarar los objetivos a nivel general y específico para encaminar el trabajo de mejor manera.

CAPÍTULO II

En éste capítulo se pudo tratar sobre los antecedentes investigativos, también se fundamentó filosóficamente la investigación para medir la alternativa del incremento del turismo y legalmente para conocer las leyes que pueden amparar el documento, se desarrolló las categorías fundamentales y la subordinación conceptual de las dos variables para delimitar nuestro trabajo investigativo, y finalmente la hipótesis.

CAPÍTULO III

Se trató sobre la metodología de trabajo, el enfoque, la modalidad de investigación, el nivel o el tipo de investigación, la asociación de variables, el muestreo respectivo, operacionalización de variables, el plan de recolección, plan de procesamiento y la metodología para el análisis, e interpretación de resultados.

CAPÍTULO IV

En este capítulo se trató sobre los resultados de las encuestas, las mismas que fueron tabuladas para poder calcular el chi cuadrado, y verificar la hipótesis.

CAPÍTULO V

Trata sobre las conclusiones y recomendaciones que se vio pertinente, mencionar.

CAPÍTULO VI

Trata sobre toda la recolección de información y pasos necesarios para cumplir de manera satisfactoria con la propuesta de tesis, se fijó objetivos para delimitar la propuesta, se analizó la factibilidad operativa y económica, también se realizó un árbol de objetivos, todos los procesos que implican el desarrollo de la propuesta, además información histórica de cada punto de visita y del sitio en donde se va a realizar y además los mapas respectivos de la provincia y cantón.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 TEMA

“Sitios Web de promoción turística y su incidencia en la dinamización del mercado turístico en el Cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi”

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización del problema

Ecuador ubicado al noreste de Sudamérica, cuenta con tesoros naturales como las Islas Galápagos, la exótica selva amazónica y majestuosos volcanes como el Chimborazo, el Tungurahua y el Cotopaxi. Es un país mágico, escenario de una sorprendente naturaleza, de culturas diversas y de las más variadas costumbres.

Ecuador abarca un ingreso de turistas extranjeros **durante el mes de septiembre de 2012 se registra un total de 85.986 turistas.**¹

Esto, muestra un aumento significativo para el país durante el último año, generando un desarrollo continuo del país. Ya que el país es un destino fascinante que ofrece aventura, diversidad, gastronomía, arte y contacto directo con la naturaleza.

¹ Datos provisionales actualizados del 2012, por el Ministerio de Turismo, Dirección Nacional de Migración y Banco Central del Ecuador.

El Ministerio de Turismo coordina, gestiona y promociona las regiones naturales privilegiadas utilizando los canales de difusión como una nueva estrategia turística, que ha ido evolucionando para satisfacer las necesidades de los habitantes.

La Provincia de Cotopaxi cuenta con siete cantones los mismos que poseen grandes atractivos turísticos como sitios naturales por ejemplo el Parque Nacional Cotopaxi, el volcán, la laguna del Quilotoa, los páramos de Zumbahua entre otros. Además su gastronomía, cultura, costumbres y tradiciones han hecho una provincia tan visitada por ende recibe un total **9.529 turistas al año**,² estos datos muestran un desarrollo significativo para la Provincia.

Por esta razón se ha podido detectar la potencialidad de la provincia, gracias al esfuerzo mancomunado de la Cámara Provincial de Turismo de Cotopaxi (CAPTUR), Ministerio de Turismo (MINTUR), gobierno Provincial y la Dirección Provincial de turismo se han propuesto en promocionar la provincia por medio de información impresa, televisiva e internet acerca de tradiciones, fiestas populares de cantones más trascendentes de la provincia pero sin dar a conocer cantones menos dinamizados, como el Cantón Saquisilí, ya que se puede mostrar los grandes recursos turísticos que tiene para ofrecer a propios y extraños la visiten.

El Cantón Saquisilí está situado en la Provincia de Cotopaxi, sierra central del Ecuador, con temperatura media es de 12 °C. **El nombre Saquisilí quiere decir "deje aquí"**.³ La población se encuentra a 11 km en el norte de Latacunga. La agricultura y la ganadería son sus renglones más importantes de producción, sin embargo la cultura, representa uno de los elementos más significativos del cantón, con manifestaciones como: su cultura, folklore y sus famosas ferias de Saquisilí de los días jueves que congregan a los indígenas de los alrededores con sus productos agrícolas y artesanales.

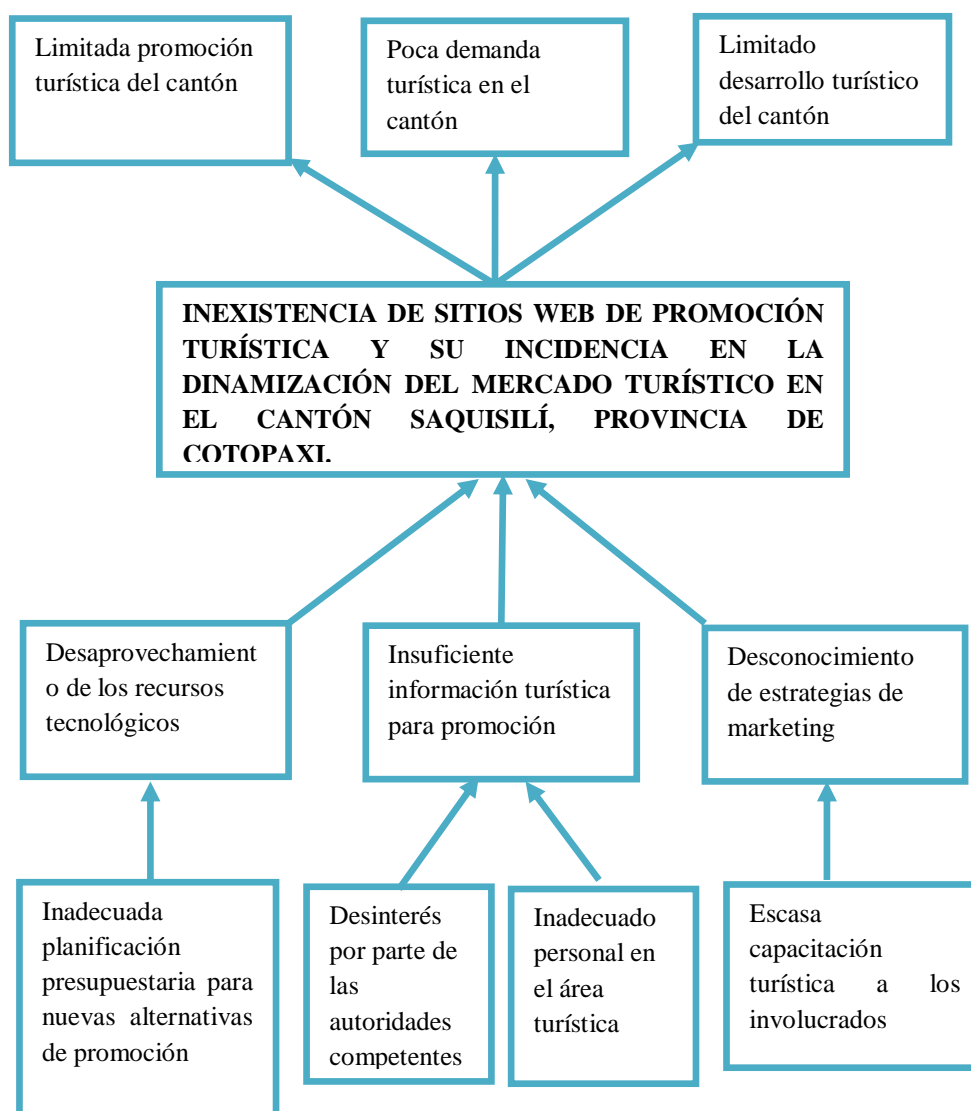
²Por Luis Zambrano Serrano / 2009-08-29 / La Gaceta

³Libro Tierra Mía / Pág. 25

El alegre pueblo de Saquisilí oferta una variedad exquisita de artesanías y vivencias en sus mercados que toman vida en ocho coloridas plazas, cada una de las cuales provee diferente mercadería e interesantes objetos de las comunidades indígenas de la región, los cuales deben ser difundidos y promocionados mediante estrategias innovadoras que permitan dinamizar el turismo de este maravilloso cantón, y por ende de la provincia.

1.2.2. Análisis Crítico

Gráfico 1: Árbol de Problemas



Elaborado por: TORRES, María (2012)

La inexistencia de sitios web de promoción turística y la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi, ha sido provocada por el desaprovechamiento de los recursos tecnológicos, inducido por la inadecuada planificación presupuestaria para nuevas alternativas de promoción, lo que ha determinado que actualmente exista insuficiente información turística, por el desinterés de las autoridades y el inadecuado personal en el área turística; quienes desconocen de la implementación de estrategias de marketing para la promoción turística del cantón Saquisilí.

Todas estas causales han generado efectos como la limitada promoción turística en el cantón, por tanto en la actualidad existe una reducida demanda turística, obteniendo un limitado desarrollo turístico del cantón que posee grandes potenciales turísticos para promocionar, pero que lamentablemente han sido subdesarrollados.

1.2.3 Prognosis

De no realizarse la presente investigación continuaría la problemática sobre la inexistencia de promoción turística, con lo cual, la dinamización del mercado turístico en el Cantón Saquisilí sería una utopía, decreciendo cada vez más la calidad de vida de sus pobladores

1.2.4 Formulación del Problema

¿Cómo incide los sitios web de promoción turística en la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi?

1.2.5 Preguntas directrices de la investigación

- ¿Cuál es la estructura de los sitios web de promoción turística?
- ¿De qué manera se ha venido desarrollando la dinamización del mercado turístico?
- ¿Qué alternativas de solución se pueda plantear ante la problemática?

1.2.6 Delimitación del Problema

1.2.6.1 Delimitación de Contenidos

Campo: Turismo

Área: Promoción Turística

Aspecto: Sitio Web de promoción turística y Dinamización del mercado turístico

Unidad de Observación: población del Cantón Saquisilí

1.2.6.2 Delimitación Espacial

La presente investigación se efectuara en el Cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi

1.2.6.3 Delimitación Temporal

La presente investigación se efectuara durante el último trimestre del año 2012 y el primer trimestre de año 2013.

1.3 Justificación

La presente investigación es de gran interés en la sociedad ya que la tecnología brinda el intercambio de información, la cual ayudaría al desarrollo turístico del cantón, tomando en cuenta que los sitios web encargados de la difusión turística,

deben obtener información de gran importancia y actualizada, de los grandes atractivos turísticos que posee el cantón.

La realización del proyecto es factible, ya que promueve el reconocimiento de lugares turísticos, mediante la actualización de datos históricos del cantón como parte esencial de la promoción turística, dando una información correcta, a visitantes y turistas de Saquisilí.

De la misma manera esto contribuirá con el desarrollo económico interno del cantón. Otro aspecto importante de este proyecto, es el levantamiento de información histórica que se realiza, aportando así al desarrollo turístico del cantón.

La presente investigación es importante, porque por medio de ella se demostrará que Saquisilí es un sitio donde se puede disfrutar, conocer nuevas culturas y degustar de sus platos típicos, conservando una cultura del buen vivir, promoviendo de ésta manera el desarrollo anhelado por todos los ciudadanos.

1.4 Objetivos

1.4.3 Objetivo General

Investigar la incidencia de los sitios web de promoción turística en la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi.

1.4.4 Objetivo Específico

- Establecer la estructura de los sitios web de promoción turística
- Determinar los procesos que se han venido desarrollando para dinamizar el mercado turístico de Saquisilí
- Proponer alternativas de solución ante la problemática encontrada.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

Según SEBASTIÁN TORRES VILLAGÓMEZ en su tesis “**PLAN DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI**” de la Universidad Tecnológica Equinoccial previo la obtención del título de INGENIERO en Gestión Turística Y Preservación Ambiental concluye con:

Conclusiones

- La provincia de Cotopaxi posee una gran variedad de atractivos turísticos naturales y culturales, lo que hace que el paso por este lugar sea llamativo, tomando en cuenta de que aún sin existir la suficiente infraestructura y los servicios apropiados para satisfacer las necesidades de los turistas, el número de ingresos a la provincia se han mantenido a pesar de que provincias vecinas cuentan con mayor calidad de prestadores de servicios turísticos.
- Lo que ha hecho que se mantenga dicho número de visitantes ha sido la calidad de atractivos únicos que posee la provincia de Cotopaxi, los mismos que con un correcto manejo, mejor trato y mayor inversión llegarían a ser sitios de preferencia por los turistas nacionales y extranjeros que están en el territorio ecuatoriano; por eso es necesario que se ponga en marcha el plan para promocionar la provincia de Cotopaxi, que será el medio por el cual tanto los habitantes como los turistas en general tengan en cuenta el verdadero potencial que posee la provincia y la actividad turística sea una de las principales en este territorio.

- Mediante el estudio realizado nos damos cuenta de que la población de la provincia de Cotopaxi está dispuesta a recibir capacitación en cuanto tiene que ver con el trato y el buen servicio a los visitantes, razón por la cual no serán infructuosos los intentos de mejorar la calidad de los servicios que se prestan en la provincia. Se estará iniciando una nueva etapa en donde el mejoramiento continuo y la constante capacitación, serán la clave para el desarrollo de la provincia.

Recomendaciones

- Para el adecuado desarrollo de la actividad turística en la provincia de Cotopaxi, será necesario llevar a la práctica planes, como el que hemos realizado, para de ésta manera de modo planificado lograr el engrandecimiento y desarrollo de la provincia y quiénes habitan en ella, logrando un mejor nivel de vida y ayudando a que las actividades que se fundamentan en el cuidado y manejo sustentable de los recursos sean las de mayor importancia en el territorio provincial.
- La aplicación de planes de manejo elaborados correctamente y conscientemente, dará paso a que en la provincia de Cotopaxi se enrumbe en el camino del desarrollo, para así lograr los objetivos que cada uno de los habitantes tiene, que son de bienestar para ellos mismo, sus familias y coterráneos.
- La constante búsqueda de mejoramiento será lo que nos lleve a cada día a evolucionar en cada una de las actividades que desarrollamos, para de ésta manera tener una costumbre de querer ser cada vez mejores.

Según TAMAYO María (2009) en su tesis **“LA PROMOCIÓN DE NUEVAS RUTAS TURÍSTICAS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”** de la Universidad Técnica de Ambato previo la obtención del título de Licenciada en Turismo y hotelería concluye con:

Conclusiones:

- Se concluyó que es necesario dar a conocer las nuevas alternativas sobre rutas turísticas que se posee en la Provincia.
- Las rutas diseñadas serán de gran interés para los turistas ya sean nacionales o extranjeros lo cual propiciará una gran afluencia de los mismos y una gran fuente de ingreso económico para el progreso de la Provincia.

Recomendaciones:

- Se recomienda poner el interés necesario a este proyecto ya que a través de la elaboración de paquetes turísticos con las nuevas rutas se incrementará el número de visitantes a la Provincia.
- Mantener el interés de realizar nuevas investigaciones en estos lugares y pedir ayuda al Ministerio de Turismo para que impulsen los proyectos planteados.
- Elaborar paquetes turísticos para ofrecer a turistas como nuevas alternativas.

ANÁLISIS CRÍTICO

Se debe manifestar que todos estos temas han aportado de gran mayoría a la promoción turística de diferentes atractivos, es así que esto ayudará a mejorar y evolucionar las actividades turísticas.

Se puede destacar que hace falta una intensiva promoción de los pequeños cantones de la Provincia, es por esto se debe pedir apoyo de las autoridades para poner en práctica este proyecto ya que esto contribuirá con el desarrollo económico, para que de este modo los visitantes y los mismos ciudadanos puedan disfrutar de las alternativas que tiene el cantón.

Esta investigación ayuda de forma significativa a mantener informados a los turistas y ciudadanos acerca de las nuevas tendencias que suceden en el cantón Saquisilí en beneficio de los habitantes, cantón y provincia.

2.2 Fundamentación Filosófica

La presente investigación se fundamenta bajo el paradigma crítico propositivo porque se analiza una realidad social dentro del campo del turismo sobre Sitios Web de promoción turística y su incidencia en la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi y al encontrar la problemática se establecieron alternativas propositivas para solucionar y cooperar en la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí.

2.3 Fundamentación Legal

En esta investigación se ha tomado en cuenta los reglamentos de la Ley de Turismo perteneciente a la máxima ley que es la Constitución de la República del Ecuador:

GENERALIDADES

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes.

b) **La participación de los gobiernos Provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico**, dentro del marco de la descentralización.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos culturales y arquitectónicos de la nación.

g) **Fomentar e incentivar el turismo interno.**

CAPÍTULO IV

DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quién tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Prepara las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turísticos y mantener actualizada la información;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta ley.

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURISTICAS

TÍTULO VI

Art. 181.- Difusión.- El Ministerio de Turismo, para el cumplimiento de sus objetivos en materia de turismo social, propiciará el establecimiento de políticas de difusión para los mismos, con el objeto de estimular el conocimiento y estudio de aquellas zonas del país que por sus cualidades y características, contribuyen a su esparcimiento y formación cultural.

TÍTULO VII

DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

Art. 182.- Campañas promocionales.- El Ministerio de Turismo tendrá a su cargo, fomentar el turismo receptivo, el turismo interno y el turismo social, a diversificar la oferta y propender a la integración nacional.

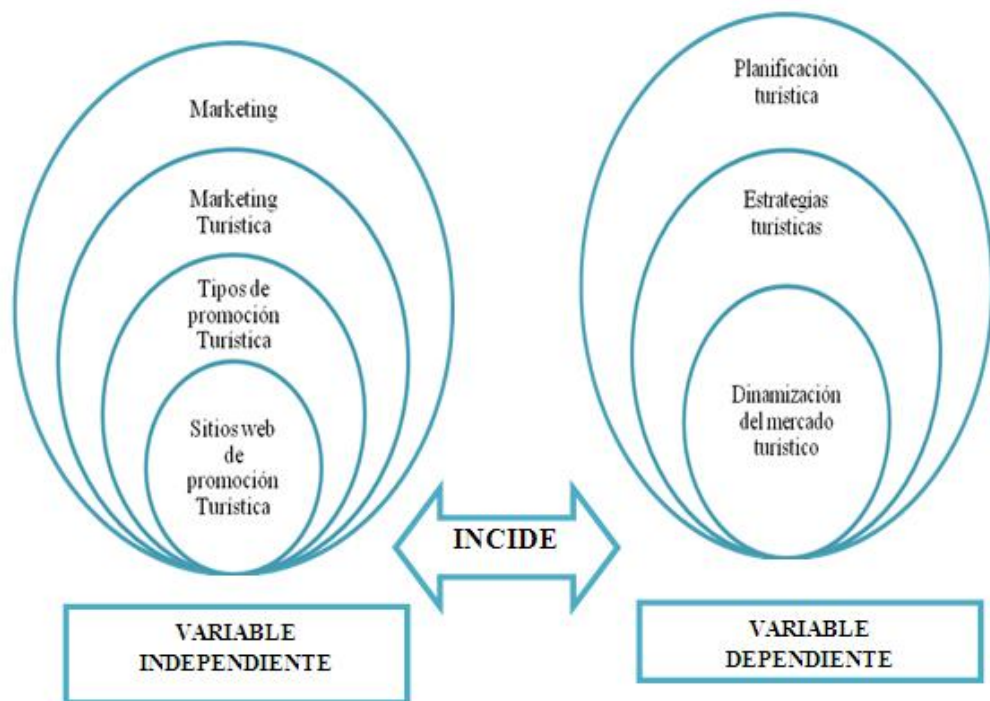
Art. 184.-Papel del sector privado.- Corresponde al sector privado, previa la aprobación del Ministerio de Turismo, realizar la promoción comercial de la oferta turística.

Art. 185.-Asesoramiento técnico.- El Ministerio de Turismo colaborará y brindará a la empresa privada, el asesoramiento técnico necesario respecto a la información turística en general, y de proyectos de promoción y ejecución de los mismos e investigación de mercados, de conformidad con las disposiciones que para el efecto, se formulan en este reglamento o en otras disposiciones.⁴

⁴Ley de Turismo

2.4 Categorías Fundamentales

Gráfico 2: Subordinación Conceptual (Red de Inclusión Conceptual)



Elaborado por: TORRES, María (2012)

Gráfico 3: Subordinación Conceptual Variable Independiente

Elaborado por: TORRES, María (2012)



Elaborado por: TORRES, María (2012)

Gráfico 4: Subordinación Conceptual Variable Dependiente



Elaborado por: TORRES, María (2012)

2.4.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA VARIABLE INDEPENDIENTE (SITIOS WEB DE PROMOCIÓN TURÍSTICA)

MARKETING

Para Pérez Ignacio el marketing es “El proceso de planificar y ejecutar la concepción del producto, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan tanto los objetivos individuales como de las organizaciones”.

Según Philip Kotler “El marketing es un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiado productos con aran valor para otros”.

J.J. Lambin manifiesta que “es un proceso social orientado hacia la satisfacción de las necesidades y de los deseos de individuos y empresas, para la creación y el intercambio voluntario y competitivo de productos y servicios generadores utilidades”.

Jerome McCarthy opina la realización de las actividades que puedan ayudar a que una empresa consiga las metas que se ha propuesto, pudiendo anticiparse a los deseos de los consumidores y desarrollar productos o servicios aptos para el mercado.

Por su parte John A. Howard, quien trabaja en la universidad de Columbia, asegura que está convencido de que el marketing consiste en un proceso en el que es necesario comprender las necesidades de los consumidores, y encontrar qué puede producir la empresa para satisfacerlas.

Ries y Jack Trout, opina que marketing es sinónimo de “guerra” donde cada competidor debe analizar a cada “participante” del mercado, comprendiendo sus fuerzas y debilidades y trazar un plan a fin de explotarla y defenderse.

Según la American Marketing Association (A.M.A), el marketing es una forma de organizar un conjunto de acciones y procesos a la hora de crear un producto “para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones” y su finalidad es beneficiar a la organización satisfaciendo a los clientes.

El profesor **Rufín Moreno** señala que la noción de intercambio (o transacción de valores) es normalmente aceptada en la comunidad académica y en el mundo profesional como el núcleo y fundamento de las actividades e investigaciones de Marketing.

MARKETING TURÍSTICO

El Marketing turístico es un marketing de servicios y se entiende por servicio” una mercancía o producto intangible o sea que no se toca, no se palpa generalmente no se experimenta antes de la compra, pero permite satisfacciones que compensan el dinero invertido en la realización de deseos y necesidades de los clientes”.⁵

Si entendemos que el marketing turístico es la distribución física de los productos, consiste en acercar el producto al cliente, al aplicar al Turismo este concepto, se hace referencia al acercamiento y entrega de documentaciones, que justifiquen que se ha adquirido el producto turístico.

⁵MSc. Noemy Gaviño Ortíz / Módulo de Marketing Turístico / Pág. 5

TIPOS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

- La publicidad.
- Las relaciones públicas.
- La venta personal.
- La promoción de ventas.
- El marketing directo.

Marketing directo: consiste en un sistema interactivo que consigue seguidores y resultados en sus transacciones dándose a conocer a través de los medios publicitarios de un lugar.

Marketing relacional: Se incluye dentro del marketing directo y se basa en un principio fundamental que dice que no hay que vender, sino hacer amigos y ellos serán quienes compren. Conseguir beneficio a cambio de la satisfacción del cliente.

Marketing virtual: recibe también el nombre de cibermarketing y es el que se aplica a Internet, y que se encuentra dirigido a toda persona en el mundo que tenga un ordenador y conexión a la red. En este marketing existen herramientas SEO que son las que permiten que las empresas alcancen una buena visibilidad y puedan vender mejor sus productos o servicios.

SITIOS WEB DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Un **sitio web**, por lo tanto, es un espacio virtual en Internet. Se trata de un conjunto de páginas web que son accesibles desde un mismo dominio o subdominio de la World Wide Web (WWW).

Los sitios web incluyen documentos HTML, fotografías, sonidos, vídeos, animaciones Flash y otro tipo de contenidos que pueden compartirse en línea. La URL raíz del sitio web se conoce como portada o home page. Lo más habitual es

que esta portada facilite el acceso a todas las páginas del sitio mediante hipervínculos (también conocidos como enlaces o links).

La promoción turística mediante el internet es una gran alternativa ya que de esta forma la publicidad sigue vigente, aunque actualmente se han añadido nuevos caminos por dónde llegar al cliente de una forma más directa, incluso pudiendo vender el producto por la misma Red, una vía mas directa es colocar los anuncios en los espacios de la red para usuarios específicos.⁶

2.4.1.1 Fundamentación Teórica Subordinación Variable Independiente (Sitios web de promoción turística).

Proceso

Los procesos tienen que ser estructurados correctamente, ya sea que hablemos de un servicio o de la creación de un producto, esto nos llevara a la logística de la empresa para reducir costos y aumentar ganancias.

Diseño

Se basa en el informe desarrollado por el CEOMT (Consejo Empresarial de la Organización Mundial del Turismo) sobre la promoción de destinos turísticos en el ciberespacio.

Evaluó 25 sitios Web correspondientes a distintas OMD (Organizaciones de Marketing de los Destinos Turísticos) representativas.

⁶MSc. Noemy Gaviño Ortiz / Módulo de Marketing Turístico / Pág. 14

Características principales evaluadas:

- Página de inicio (“Home page”).
- Apariencia de las páginas.
- Información general contenida en un sitio Web.
- Interactividad – organizadores interactivos de viajes.

Información

Encontrar equilibrio entre el deseo de disponer del mejor material multimedia y el rendimiento. Un Web sencillo y rápido es mejor que otro creativo y lento.

- Tener cuidado con los tipos de letra (fuente, tamaño, color): es necesario hacer pruebas de lectura.
- Si se enlazan otros sitios, se puede hacer desde una ventana independiente, con el fin de no perder el cliente.
- Es muy importante la siguiente información:
 - Cómo llegar al destino.
 - El clima, la geografía, la historia.
 - Actividades y acontecimientos.
 - Transportes.⁷

2.4.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA VARIABLE DEPENDIENTE (DINAMIZACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO)

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

“Es el proceso mediante el cual toman decisiones en la organización obtienen, analizan y procesan información pertinente interna y externa, con la finalidad de

⁷Informática aplicada al sector turístico – Diseño y promoción de un sitio Web turístico

evaluar las situaciones presentes de la empresa así como el nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir hacia el futuro”.⁸

La planificación turística necesita de modelos y conceptos que puedan dar respuestas a los asuntos críticos, más evidentes, como por ejemplo: ¿cuál es la configuración espacial más deseable para facilitar el turismo en un destino y dentro de una región dada?; ¿cómo puede manipularse la estructura espacial de un destino con el fin de promover un ambiente que sea percibido por los visitantes como no masivo?; ¿cómo puede un destino integrar la planificación turística con la planificación regional?; ¿cuál es el modelo de la planificación más adecuado para lograr una buena relación coste-efectividad?”.⁹

“Es el proceso que permite establecer una visión estratégica para un área que refleje los objetivos y aspiraciones de la comunidad, e implementándolo con la identificación de los criterios preferentes para el mejor uso del territorio según el estilo de desarrollo que se quiere aceptar”.

“Se define como el arte y la ciencia de formar, implantar y evaluar las decisiones que permitan a una empresa a lograr sus objetivos”.¹⁰

“Crear las condiciones necesarias para lograr un desarrollo turístico integrado, controlado y sostenible. Considera a los componentes del desarrollo turístico en el marco de los mercados de turismo y del medio ambiente local ya sea cultural, natural o socio económico”.¹¹

⁸ Módulo de Planificación Estratégica / pág. 33

⁹ASCASIO GEVARA, Alfredo / Turismo Sustentable, (2006)

¹⁰Módulo de Planificación Estratégica / pág. 34

¹¹ PLANDETUR 2020 / PÁG. 90

ESTRATEGIAS TURÍSTICAS

Según Porter (1999), las estrategias pueden ser concebidas como las actividades que proporcionan condiciones propicias para lograrlos objetivos específicos predeterminados en la planificación.

Mintzberg y Quinn (2001), añaden que son patrones de decisiones que integran las principales metas, políticas y sugerencias de acciones de una organización debe desarrollar, que cuando bien planificadas auxilian en el orden y la delimitación de los recursos para una estructura singular y viable con base en la competencias y deficiencias internas existentes así como las inconveniencias y oportunidades originarias del mercado.

Para Kaplan y Norton (2001), las estrategias no son eventos aislado y aleatorios, son más bien un proceso de acciones continuas y consistentes que deben ser desarrolladas por todos los individuos de la organización.

Estrategia es identificar las acciones bajo sinergia institucional, actividades productivas nacionales y extranjeros que crean vinculaciones más necesarias para abordar las amenazas del turismo”.¹²

Tendrá que decidir si se dirige a nuevos mercados o hacia los actuales, y por otro lado, las acciones sobre el mercado escogido pueden realizarse con el producto actual o con nuevos productos. Si se combinan estas opciones, se consiguen cuatro estrategias turísticas:

E. de penetración: Incrementar la cuota global del mercado, ofertando el mismo producto existente sin incorporar ninguna modificación o mejora.

¹²Beckham Paúl / Estrategias Turísticas (2011)

E. de desarrollo del producto turístico: Actuar sobre los mercados turísticos actuales, incorporando nuevos productos que surjan como variaciones de los productos turísticos existentes. Extensiones en la línea básica o con productos sustitutivos.

E. de extensión del mercado turístico: Utilizar el mismo producto turístico, intentando atraer nuevos consumidores turísticos, bien por su oferta a regiones poco explotadas hasta el momento (sol y playa en el mercado ruso), o bien por la identificación de nuevos segmentos del mercado sobre los que no se habían realizado las acciones adecuadas.

E. de diversificación turística:

Horizontal: Mayor cobertura del mercado turístico con una amplia gama de productos turísticos para clientes con comportamientos similares a los ya existentes.

Vertical: Los nuevos productos actualmente desarrollados por las organizaciones logran captar nuevos mercados de forma que las nuevas actividades desarrolladas no se diferencian demasiado de las actuales.

Concéntrica: Prestación más integrada de todos los servicios que componen el producto turístico, dotando de mayor homogeneidad la calidad e imagen de la organización turística en los mercados turísticos, y con ello, innovar y desarrollar su cartera de productos, y atraer a nuevos consumidores turistas.

Supone el desarrollo de nuevos productos, basados en la satisfacción de nuevos clientes, con nuevos destinos turísticos y con la incorporación de actividades turísticas nuevas, muchas veces con escasa relación con la actividad principal desarrollada por la organización turística.

DINAMIZACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO

“Es aquello que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de manera que puedan satisfacerse las necesidades económicas sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.” OMT, 1993.

El clima o marco social que genera las condiciones para intercambiar bienes y/o servicios se conoce con el nombre de mercado. Esta institución de alcance social permite que se vinculen los oferentes y los demandantes que buscan desarrollar una operación comercial basada en intercambios, transacciones y acuerdos.

Turístico, por otra parte, es aquello que describe todo lo que guarda relación con el turismo. Esta noción, como es de público conocimiento, hace referencia a las acciones que concretan los individuos en sus viajes y estadías en sitios que son diferentes a su entorno cotidiano por un lapso de tiempo que, por lo general, se prolonga por más de un día y no supera los doce meses.

El mercado turístico, por lo tanto, es el rubro económico que engloba a todas las compañías que comercializan productos y servicios vinculados a los viajes. Este mercado suele tener ofertas asociadas al ocio, pero también a los viajes por negocios, estudios y otros motivos.¹³

El desarrollo del mercado turístico se inició en el siglo XIX, cuando los avances de la Revolución Industrial permitieron los desplazamientos con fines de descanso, razones culturales, sociales, etc. Se dice que el británico Thomas Cook fue el primer empresario en considerar el turismo como una actividad de carácter

¹³ Mercado Turístico <http://www.definiciones.mercadoturistico>

comercial, cuando en 1841 impulsó el primer viaje organizado de la historia. Una década después, Cook inició una nueva posibilidad comercial al fundar una agencia de viajes (conocida con el nombre de Thomas Cook and Son), algo jamás concebido hasta ese momento.

Hoy en día, el mercado turístico es una de las principales industrias a escala mundial. Su realidad incluye el turismo de masas (con grupos de personas movilizadas por un operador turístico) y el turismo individual (los individuos que organizan sus itinerarios y actividades sin la intervención de un tercero).

Otro aspecto verdaderamente lamentable del mercado turístico es que, así como sucede con muchas campañas electorales, los gobiernos suelen invertir en reformas y en medidas para embellecer las ciudades, especialmente cuando algún evento de importancia internacional se acerca, tal y como sucede con las seleccionadas para la celebración de las Olimpiadas. Sin embargo, resulta innegable la fuerza del turismo y lo positivo de sus repercusiones económicas, independientemente del uso que se haga de sus ganancias.

2.4.2.1 Fundamentación Filosófica subordinación conceptual. Variable dependiente (Dinamización del Mercado Turístico)

Recursos

Para que exista el fenómeno turístico es fundamental que se produzca un desplazamiento de un flujo de personas a un determinado lugar y para que ello suceda es necesario que exista una motivación clara por parte de dicho conjunto, de manera que se cierre el proceso de compra.

Según Solsona Monsonis, (1999) “De ahí que, en sentido laxo, se entienda como recurso o atractivo turístico aquellos elementos que provocan, incentivan o motivan el desplazamiento turístico”.

Para Leno Cerro, (1993) Es clásica la distinción realizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) entre Patrimonio Turístico y Recurso Turístico, entendiendo por Patrimonio turístico de un área territorial determinada el conjunto potencial de bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación para la satisfacción de sus necesidades turísticas. Mientras que recursos turísticos son todos aquellos bienes y servicios que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda, mediante la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta. Es decir, el patrimonio deviene recurso a través de la actividad humana, que lo hace utilizable desde una óptica turística.

Leno Cerro, (1993) siguiendo a Zimmerman (1933), considera que un recurso solo es tal cuando contribuye a satisfacer una necesidad humana; en el contexto turístico el recurso puede considerarse como tal si está vinculado a la motivación de un potencial consumidor, actuando como tal incentivo al desplazamiento turístico. Por ello, este autor considera a los recursos y las motivaciones como los dos pilares esenciales del fenómeno turístico, que en última instancia determinan la decisión de realizar un desplazamiento turístico (Leno Cerro, 1993).

Al constituir el recurso turístico la materia prima del turismo, elemento fundamental de la Oferta, su importancia es estratégica tanto en la configuración de la actividad turística, como en la determinación de la aptitud turística de un territorio. De ahí que la identificación y evaluación de los atractivos turísticos sea una tarea cardinal en la fase de diagnóstico de cualquier planificación turística.

Oferta

Es importante resaltar que el consumidor turístico tiene acceso a diversos productos y servicios por lo que es difícil determinar los límites de la oferta.

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

Demanda

Es el volumen total de compras de un producto realizado por un grupo de consumidores, en un área geográfica definida, en cierto tiempo y entorno dado, como resultado de un esfuerzo de Marketing.

La demanda turística es el resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos.

También se puede definir como la cantidad demandada por el mundo a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes.

2.5 Hipótesis

Los sitios web de promoción turística inciden en la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi.

2.6 Señalamiento de Variables de la Hipótesis

Variable Independiente: Sitios web de promoción turística

Variable Dependiente: Dinamización del mercado turístico

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque

El enfoque de la investigación es cuali-cuantitativo, para entender de mejor manera se aprecian los siguientes significados:

Cualitativo.- Denota a cada una de las circunstancias o caracteres, naturales o adquiridos que distinguen a las personas o cosas, de esta forma es el modo de ser y de sentir de una persona.

Cuantitativo.- Pertenece relativo a la cantidad, siendo la propiedad de lo que es capaz de número y medida y puede ser mayor o menor con algo que se compara. En esta investigación fue significativo apuntar a las cualidades de los participantes en este proceso, las cuáles fueron cualidades desarrolladas ya que estas son categorías de la sociedad que hace posible el fortalecimiento de una realidad observada y cuantitativa porque fue tabulada la información para poder medir los objetivos planteados.

3.2 Modalidad básica de la investigación

La presente investigación tuvo las siguientes modalidades:

Bibliográfica.- Porque se consultó en libros e internet. Donde se sacó la realidad de los sitios web de promoción turística y la dinamización del mercado turístico.

De campo.- Ya que la investigación se dió en el lugar donde se realizó su respectivo estudio, mediante cuestionario estructurado (encuestas).

3.3 Nivel o tipo de investigación

La presente investigación se llevó a cabo por el tipo de investigación de estudio:

Exploratorio.- Se averigua la parcialidad de los sitios web de promoción turís y la dinamización de mercado turístico de esto determinó de manera global las causas con sus respectivos efectos.

Descriptiva.- Se analizó de manera específica el problema en singular, detallando cada una de las particularidades y elementos propios obteniendo información coherente.

Asociación de Variables.- Estableció relación entre la variable independiente con la variable dependiente.

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

Cuadro N° 1 Población

POBLACIÓN	HABITANTES	%
Población total del cantón Saquisilí	25.320	100 %
Desde 18 a 64 años	5.880	100%

Fuente: Sistema Nacional de Información (SNI)

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Dónde:

N= 5880 Población

n= tamaño de la muestra

Pq= constante (0.25)

E=error (0.8)

K= coeficiente (2)

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

$$n = \frac{0,25 \times 5880}{(5880 - 1) 0,08/2^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{1470}{5879(0,04)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{1470}{5879 (0,0016) + 0,25}$$

$$n = \frac{1470}{9,7}$$

$$n = 151$$

3.4.2 Muestra

De acuerdo a la investigación se realizará 151 encuestas para saber que opinan los visitantes acerca de un sitio web de promoción turística en el cantón Saquisilí.

3.5 Operacionalización de Variables

Cuadro 2: VARIABLE INDEPENDIENTE: Sitios Web de Promoción Turística

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas e Instrumentos
<p>Se trata de un conjunto de páginas web que son accesibles, incluyen elementos como: documentos, HTML, fotografías, sonidos, vídeos, animaciones donde se puede promocionar diferentes destinos turísticos para la facilidad de los usuarios.</p> <p>Fuente: http://www.definiciones.sitiosweb.</p>	<p>Páginas web</p> <p>Documentos</p> <p>Promocionar</p> <p>Destinos turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Páginas web estáticas ▪ Páginas web didácticas ▪ Páginas web animadas ▪ HTML ▪ Fotografías ▪ Sonidos ▪ Vídeos ▪ Animaciones ▪ Marketing directo ▪ Marketing relacional ▪ Marketing virtual ▪ Naturales ▪ Culturales 	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Creé usted que un sitio web es un gran canal publicitario? Si () No () - ¿Creé usted que el internet pueda promocionar de mejor manera el cantón Saquisilí? Si () No () - ¿Qué servicios piensa Ud. que debería tener un sitio web? - ¿Creé Ud. que el cantón Saquisilí posee las características necesarias para la realización del turismo? Si () No () - ¿Conoce Ud. algún sitio web que tenga información del cantón Saquisilí? Si () No () 	<p>Técnicas: Encuestas</p> <p>Instrumento: Cuestionarios</p>

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Cuadro 3: VARIABLE DEPENDIENTE: Dinamización del Mercado Turístico

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas e Instrumentos
<p>El mercado turístico, es el rubro económico que engloba a todas las compañías que comercializan productos y servicios vinculados a los viajes. Este mercado suele tener ofertas asociadas al ocio, pero también a los viajes por negocios, estudios y otros motivos.</p> <p>Fuente: http://www.definiciones.mercadoturístico</p>	<p>Productos y servicios</p> <p>Oferta</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Materia prima • Componentes • Bienes y servicios <ul style="list-style-type: none"> ▪ Oferta básica ▪ Oferta complementaria 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Cree Ud. que un sitio web ayudaría en la economía del cantón? Si () No () ▪ ¿Desde su punto de vista, piensa usted que Saquisilí posee las actividades necesarias para ofertar actividades turísticas? Si () No () ▪ Desde su enfoque, de qué manera se ha venido promocionando el turismo en el Cantón Saquisilí? ▪ ¿Qué características debe tener un sitio web para llamar la atención del turista potencial? <p>Estaría de acuerdo en que se debería crear sitios web para impulsar la dinamización del mercado turístico en el Cantón Saquisilí?</p>	<p>Encuestas</p> <p>Cuestionarios</p>

Elaborado por: TORRES, María (2012)

3.6 Recolección de Información

Cuadro 4: Recolección de Información

PREGUNTAS BÁSICAS		EXPLICACIÓN
1.	¿Para qué?	Para investigar y conocer la realidad actual y poder dar una propuesta.
2.	¿De qué personas u objeto?	Se realiza la investigación los habitantes del cantón Saquisilí.
3.	¿Sobre qué aspectos?	Sitios web de promoción turística y la dinamización del mercado turístico
4.	¿Quién o quienes obtienen la información?	El investigador
5.	¿Cuándo?	Esta investigación se realizará en el último trimestre del 2012 y primer trimestre del 2013.
6.	¿Dónde?	En el lugar de los hechos (INSITU)
7.	¿Cuántas veces?	Una sola vez
8.	¿Qué técnica de recolección?	Encuestas
9.	¿Con qué?	Cuestionarios
10.	¿En qué situación?	Durante las actividades cotidianas

Elaborado por: TORRES, María (2012)

3.7 Procesamiento y Análisis

Para sistematizar la información deseada se procederá de la siguiente manera.

- Revisión crítica de la información recogida (Limpieza de información recogida contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.)
- Repetición de recolección en ciertos casos individuales para corregir fallas de ejecución de la encuesta.
- Tabulación y ordenamiento de la información recogida

Análisis e interpretación de resultados

- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis
- Interpretación de los resultados
- Comprobación de la hipótesis o pregunta directriz
- Establecimiento de las conclusiones y recomendaciones

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta realizada a los habitantes del cantón Saquisilí de la provincia de Cotopaxi.

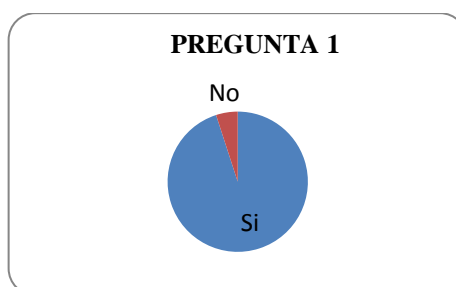
Pregunta 1: ¿Creé usted que un sitio web es un gran canal publicitario?

Cuadro 5: Tabulación Pregunta 1

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	144	95%
No	7	5%
Total	151	100%

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Gráfico 5: Representación Gráfica N° 1



Elaborado por: TORRES, María (2012)

Análisis: Del 100% de los encuestados el 95% respondió que un sitio web del cantón Saquisilí es un gran canal publicitario, pero un 5% considera que no lo es un buen canal publicitario.

Interpretación: Mediante el análisis podemos deducir que la mayoría de las personas encuestadas consideran que un sitio web es un gran canal publicitario para promocionar el Cantón Saquisilí, de esta manera el índice en la dinamización del mercado turístico mostrara un amplio desarrollo del cantón.

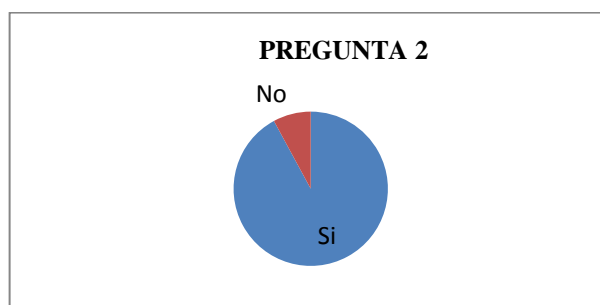
Pregunta 2: ¿Creé usted que el internet pueda promocionar de mejor manera el cantón Saquisilí?

Cuadro 6: Tabulación Pregunta 2

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	141	93%
No	10	8%
Total	151	100%

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Gráfico 6: Representación Gráfica N°2



Elaborado por: TORRES, María (2012)

Análisis: El 92% de los encuestados del Cantón han respondido que Saquisilí se puede promocionar de mejor manera mediante el internet, mientras que un 8% de las personas encuestadas manifestaron que no es un buen canal de difusión para promocionar el cantón.

Interpretación: Al distinguir que el Cantón Saquisilí posee grandes potencialidades turísticas para promocionar mediante el internet, se puede deducir que en su mayoría esta idea cumple con las expectativas y aceptación de los habitantes, sin embargo podemos apreciar que pocas personas no apoyan con la idea de promocionar el cantón mediante esta gran tecnología que es el internet.

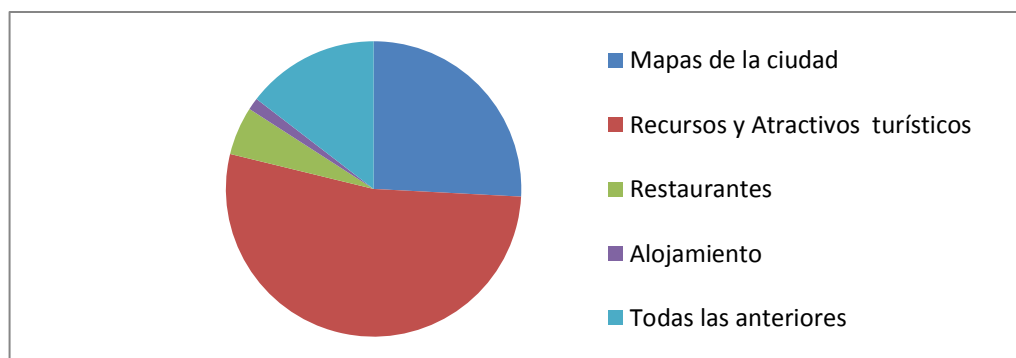
Pregunta 3: ¿Qué servicios piensa Ud. que debería tener un sitio web?

Cuadro 7: Tabulación Pregunta 3

Opción	Cantidad	Porcentaje
Mapas de la ciudad	39	25.5%
Recursos y Atractivos turísticos	80	53%
Restaurantes	8	5%
Alojamiento	2	1.5%
Todas las anteriores	22	15%
Total	151	100%

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Gráfico 7: Representación Gráfica N° 3



Elaborado por: TORRES, María (2012)

Análisis: Un 53% de los habitantes del cantón Saquisilí manifiestan que el sitio web debe tener recursos y atractivos turísticos del cantón para dar a conocer a los turistas, es así que un 25.5% responde que debe tener mapas del cantón para mostrar la división del cantón, el 5% y el 1.5% manifiestan que debe tener información de restaurantes y alojamiento y un 15% indica que todos los servicios son importantes para poder promocionar de una mejor manera el cantón Saquisilí para dinamizar la economía del mismo y ofertar las actividades turísticas.

Interpretación: Se detectó que el Cantón Saquisilí posee actividades turísticas lo que nos facilitaría de gran forma en implementar todos los servicios al sitio web y así poder cumplir con todas las expectativas del visitante turístico y ofrecer alternativas que abastezcan las exigencias de los turistas.

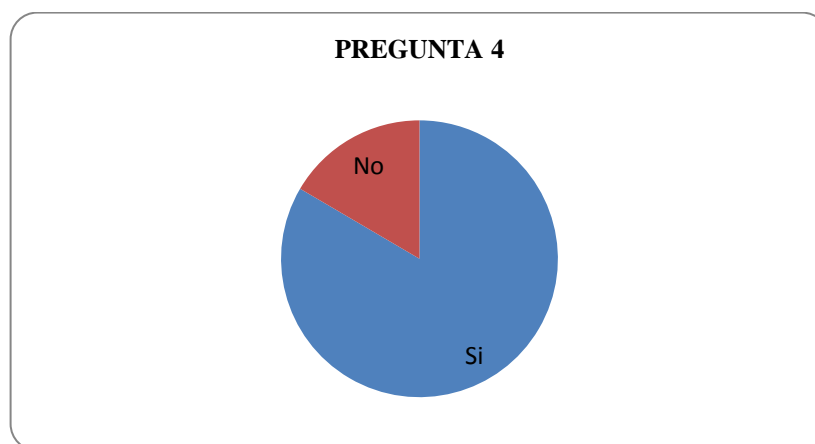
Pregunta 4: ¿Creé Ud. que el cantón Saquisilí posee las características necesarias para la realización del turismo?

Cuadro 8: Tabulación Pregunta 4

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	126	83.5%
No	25	16.5%
Total	151	100%

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Gráfico 8: Representación Gráfica N° 4



Elaborado por: TORRES, María (2012)

Análisis: El 83.5%, es decir 126 de las personas encuestadas dicen que el cantón Saquisilí posee para desarrollar el turismo de una manera eficaz, el 16.5% o sea 25 encuestados contestar que Saquisilí no posee las características para elevar el turismo en el Cantón.

Interpretación: Se determinó entonces que las acciones que hasta el momento se han venido dando han sido de gran influencia en la dinamización del mercado turístico se dé en forma eficaz porque el cantón Saquisilí posee las características necesarias para realizar turismo.

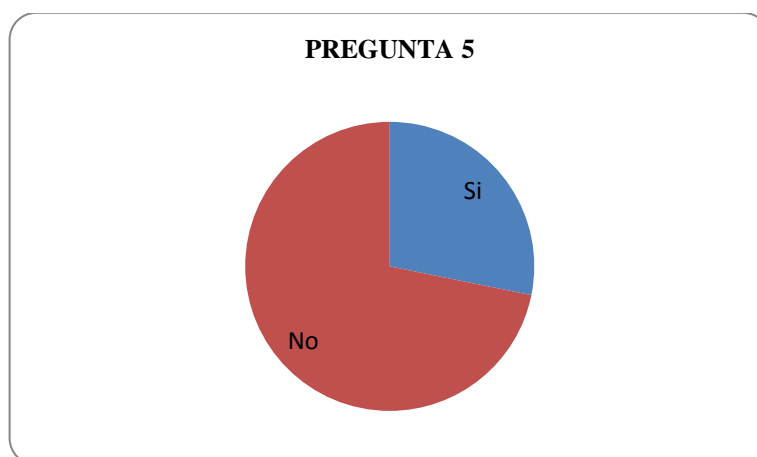
Pregunta 5: ¿Conoce Ud. algún sitio web que tenga información del cantón Saquisilí?

Cuadro 9: Tabulación Pregunta 5

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	43	28%
No	108	72%
Total	151	100%

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Gráfico 9: Representación Gráfica Nº 5



Elaborado por: TORRES, María (2012)

Análisis: Del 100% de los habitantes del Cantón Saquisilí el 71%, señalan que no conocen un sitio web que obtengan información turística del cantón mientras que un 28%, de personas encuestadas opinan lo contrario es decir que si conocen sitios web que obtengan información del Cantón.

Interpretación: Se pudo percibir por la mayoría de los encuestados que hasta la actualidad no conocen sitios web de información turística que contribuyan con el crecimiento turístico del Cantón Saquisilí.

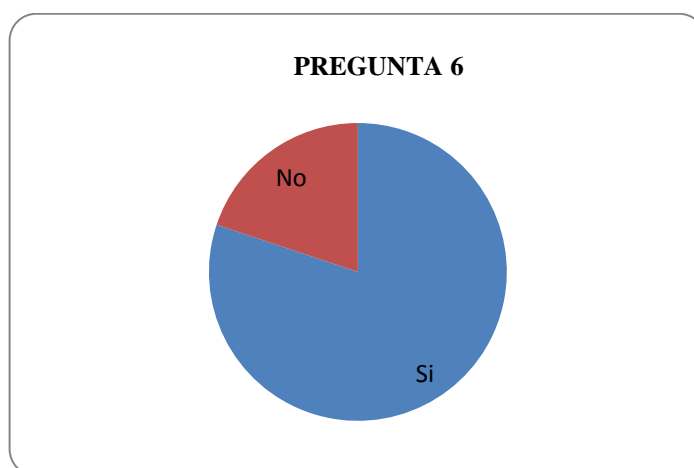
Pregunta 6: ¿Cree Ud. que un sitio web ayudaría en la economía del cantón?

Cuadro 10: Tabulación Pregunta 6

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	121	80%
No	30	20%
Total	151	100%

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Gráfico 10: Representación Gráfica N°6



Elaborado por: TORRES, María (2012)

Análisis: El 80% es decir 121 encuestados afirman que un sitio web ayudaría a la economía del Cantón Saquisilí, mientras tanto que el 20 % es decir 30 encuestados opinan lo contrario.

Interpretación: La mayoría de encuestados exteriorizan que los sitios web ayudarían a la economía del Cantón Saquisilí, teniendo en cuenta las riquezas culturales y naturales. Deben ser publicados en beneficio del cantón, sin embargo existen personas afirmando que esta idea no sería factible o no llegaría a satisfacer las necesidades de los turistas.

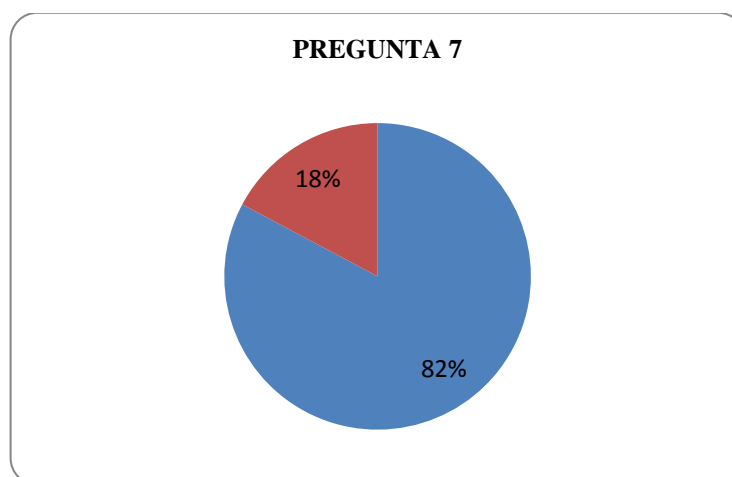
Pregunta 7: Desde su punto de vista, ¿piensa usted que Saquisilí posee las actividades necesarias para ofertar actividades turísticas?

Cuadro 11: Tabulación Pregunta 7

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	125	82%
No	26	18%
Total	151	100%

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Gráfico 11: Representación Gráfica N°7



Elaborado por: TORRES, María (2012)

Análisis: Un 82% de encuestados responde que Saquisilí si posee las actividades necesarias para ser ofertadas, mientras tanto el 18% de encuestados mencionan que no posee las actividades necesarias para ser ofertadas.

Interpretación: Saquisilí posee las actividades necesarias para ser ofertadas y tiene el respaldo de la gran mayoría de los habitantes, sin embargo existen opiniones contrarias porque desconocen las actividades que se puede realizar en el Cantón.

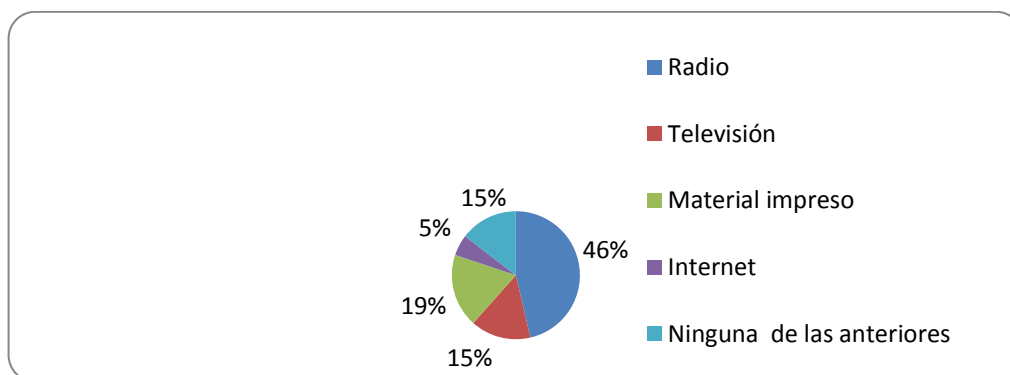
Pregunta 8: Desde su enfoque, de qué manera se ha venido promocionando el turismo en el Cantón Saquisilí?

Cuadro 12. Tabulación Pregunta 8

Opción	Cantidad	Porcentaje
Radio	70	46%
Televisión	23	15%
Material impreso	28	19%
Internet	8	5%
Ninguna de las anteriores	22	15%
Total	151	100%

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Gráfico 12: Representación Gráfica N°8



Elaborado por: TORRES, María (2012)

Análisis: Del 100% de encuestados, el 46 % indican que el cantón se ha venido promocionando mediante la radio, el 19% mediante material impreso, 15% televisión, el 5% por el internet y el 15% considera que no se ha visto promoción del cantón Saquisilí.

Interpretación: Una gran mayoría de los encuestados concuerdan en que se debería crear una buena promoción turística, ya que existe publicidad solo en las fiestas a nivel cantonal, esto debe impulsara la dinamización del turismo.

Además los encuestados indicaron que la mayor promoción que han visto es mediante las siguientes canales de difusión por ejemplo la que mas se ha notado es la radio, siguiendo el material impreso, la televisión y finalmente por el internet.

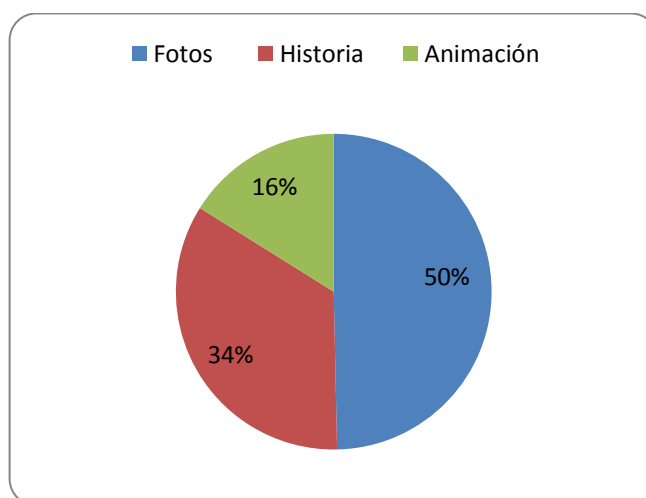
Pregunta 9: ¿Qué características debe tener un sitio web para llamar la atención del turista potencial?

Cuadro 13: Tabulación Pregunta 9

Opción	Cantidad	Porcentaje
Fotos	74	50%
Historia	51	34%
Animación	24	16%
Total	151	100%

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Gráfico 13: Representación Gráfica N°9



Elaborado por: TORRES, María (2012)

Análisis: El 49% es decir 74 encuestados comentan que un sitio web debe tener fotos, el 35% historia y el 16% animación para indicar de una mejor manera un sitio web para satisfacer las necesidades de los turistas.

Interpretación: Un sitio web debe tener fotos, historia y animación para promocionar de una mejor manera y así mostrar los grandes recursos que tiene obteniendo beneficios y utilidades para el Cantón.

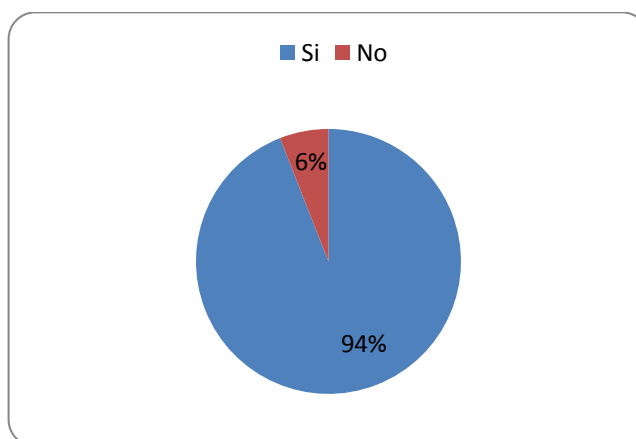
Pregunta 10: Estaría de acuerdo en que se debería crear sitios web para impulsar la dinamización del mercado turístico en el Cantón Saquisilí?

Cuadro 14: Tabulación Pregunta 10

Opción	Cantidad	Porcentaje
Si	142	94%
No	9	6%
Total	151	100%

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Gráfico 14: Representación Gráfica N° 10



Elaborado por: TORRES, María (2012)

Análisis: Del 100% de los encuestados del Cantón Saquisilí, el 94% es decir 142 coinciden en que si están de acuerdo con que se debería crear sitios web que impulse la dinamización del mercado turístico del Cantón, mientras que el 6% de los encuestados, o sea 9 considera que no se debería realizar la creación de un sitio web.

Interpretación: Una gran mayoría de los encuestados concuerdan en que se debería crear sitios web en el Cantón Saquisilí, para que impulse la dinamización del mercado turístico del Cantón ya mencionado, lo que acredita de gran manera a este plan de tesis.

4.2 Verificación de la Hipótesis

Para la verificación de la hipótesis del presente trabajo investigativo se utiliza el método estadístico Chi cuadrado (χ^2)

4.2.1 Planteamiento de las Hipótesis

H0. (Hipótesis Nula)

Sitios web de promoción turística **NO** incide en la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi

H1. (Hipótesis Alternativa)

Sitios web de promoción turística **SI** incide en la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi

4.2.2 Selección del nivel de significación

Para la verificación de la hipótesis se utilizará el nivel de $\alpha= 0,01$

4.2.3 Descripción de la población

Se ha tomado como referencia para la investigación del campo total del universo de la investigación.

Cuadro 15: Población de la Verificación de la Hipótesis

POBLACIÓN	HABITANTES	%
Muestra de los habitantes de 18 a 64 años	151	100%
TOTAL	151	100%

Elaborado por: TORRES, María (2012)

4.2.4 Especificación de lo establecido

Para especificar la parte estadística se expresará un cuadro de contingencia de 7 filas por 2 columnas con el cual se determinará las frecuencias observadas.

Cuadro 16: Especificación Estadística Frecuencias Observadas

PREGUNTAS	CATEGORÍAS		SUBTOTAL
	SI	NO	
1	144	7	151
2	141	10	151
4	126	25	151
5	43	108	151
6	121	30	151
7	125	26	151
10	142	9	151
TOTAL	842	215	1057

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Una vez determinadas observadas, y con los resultados obtenidos, se procede a establecer las frecuencias esperadas.

Cuadro 17: Especificación Estadística Frecuencias Esperadas

FRECUENCIAS ESPERADAS
120.29
30.71

Elaborado por: TORRES, María (2012)

4.2.5 Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Se procede a determinar los grados de libertad considerada que el cuadro consta de 7 filas y 2 columnas.

Cuadro 18: Grados de Libertad (X^2)

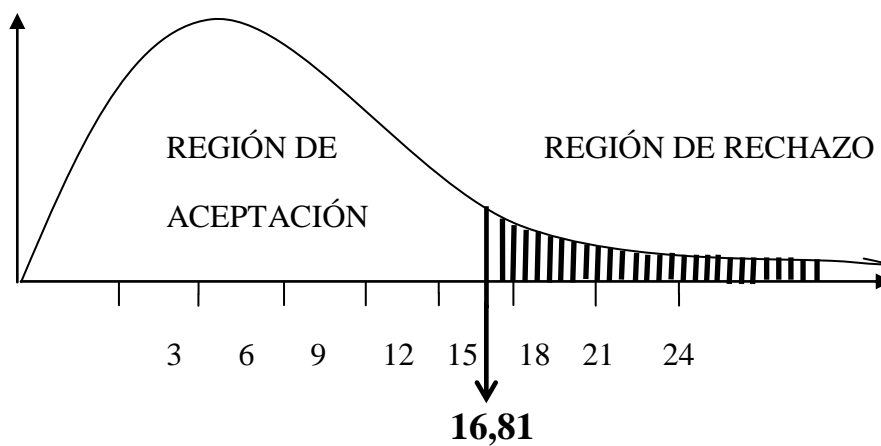
GRADOS DE LIBERTAD		
	FILAS	COLUMNAS
gl=	(7- 1)	(2-1)
gl=	6	1
gl=	6*1	
gl=	6	
		$X^2T=16.81$

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Por lo tanto con 6 grados de libertad y a nivel 0,01 de significado la tabla de $X^2T=16,81$, por lo tanto si $X^2C \leq X^2T$ se aceptara la H_0 , caso contrario se la rechazará y se aceptará la hipótesis alternativa.

La representación gráfica sería:

Gráfico 15: Representación Gráfica X^2



4.2.6 Recolección de datos y cálculo de lo establecido

Para el efecto se utilizará la siguiente fórmula

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

Dónde:

X²= Chi Cuadrado

Σ= Sumatoria

O= Frecuencias Observadas

E= Frecuencias Esperadas

Cuadro 19: Recolección de Datos χ^2

O	E	(O-E)	(O - E)²	(O - E)²/E
144	120,29	23,71	562,16	4,67
7	30,71	-23,71	562,16	18,30
141	120,29	20,71	428,90	3,56
10	30,71	-20,71	428,90	13,96
126	120,29	5,71	32,60	0,27
25	30,71	-5,71	32,60	1,06
43	120,29	-77,29	5,97	0,04
108	30,71	77,29	5,97	0,19
121	120,29	0,71	0,50	4,15
30	30,71	-0,71	0,50	0,01
125	120,29	4,71	22,18	0,18
26	30,71	-4,71	22,18	0,72
142	120,29	21,71	471,32	3,91
9	30,71	-21,71	471,32	127,04
1057	1057			$\chi^2_C=178,06$

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Como se puede observar el χ^2_C (178,06) es mayor que χ^2_T (16,81); por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa H1: Sitios web de promoción turística y su incidencia en la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi con esto se ha verificado la hipótesis correctamente.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Considerando los elementos anotados, se llega a las siguientes conclusiones generales:

- Mediante el análisis podemos deducir que la mayoría de las personas encuestadas consideran que un sitio web es un gran canal publicitario para promocionar el Cantón Saquisilí, de esta manera el índice en la dinamización del mercado turístico mostrara un amplio desarrollo del cantón.
- Al distinguir que el Cantón Saquisilí posee grandes potencialidades turísticas para promocionar mediante el internet, se puede deducir que en su mayoría esta idea cumplen con las expectativas y aceptación de los habitantes, sin embargo podemos apreciar que pocas personas no apoyan con la idea de promocionar el cantón mediante esta gran tecnología que es el internet.
- La mayoría de encuestados exteriorizan que los sitios web ayudaría a la economía del Cantón Saquisilí, teniendo en cuenta las riquezas culturales y naturales deben ser publicados en beneficio del cantón, sin embargo existen persona afirmado que esta idea no sería factible o no llegaría a satisfacer las necesidades de los turistas.

- Saquisilí posee las actividades necesarias para ser ofertadas y tiene el respaldo de la gran mayoría de los habitantes, sin embargo existen opiniones contrarias porque desconocen las actividades que se puede realizar en el Cantón.
- Un sitio web impulsa a la dinamización del mercado turístico del cantón

5.2 RECOMENDACIONES

- Promocionar el cantón Saquisilí mediante sitios web ya que es un gran canal de difusión.
- Gestionar con las autoridades seccionales para realizar una promoción adecuada del cantón.
- Diseñar propuestas que obligatoriamente inciten mejorar la economía del Cantón.
- Tratar de involucrar a gran parte de la gente a realizar alguna actividad turística dentro del Cantón.
- Crear un sitio web para impulsar la dinamización del mercado turístico del cantón

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

TÍTULO: Elaboración de un sitio web de promoción turística para contribuir con la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi.

PROVINCIA:	COTOPAXI
CANTÓN:	SAQUISILÍ
PARROQUIA:	LA MATRIZ
PARROQUIAS RURALES:	COCHAPAMBA, CANCHAHUA, CHANTILIN
ORGANIZACIÓN:	POLÍTICA- URBANA
FECHA DE FUNDACIÓN:	18 DE OCTUBRE DE 1943
POBLACIÓN:	25.320 HABITANTES
SUPERFICIE:	207,9 KM2
CLIMA:	TEMPLADO SECO
TEMPERATURA:	8 a 23°C
ALTITUD:	2.870 m.s.n.m
CORDENADAS:	0°49'60"N Y 78°40'0"E
LIMITES:	Norte: Sigchos Sur: Latacunga Este: Sigchos y Pujilí Oeste: Latacunga

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se tomó como antecedente investigativo sobre la problemática “Sitios web de promoción turística y su incidencia en la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi”, la misma que ayudó a la recolección de información necesaria para la elaboración de la misma.

De acuerdo a la información adquirida se verificó que el cantón Saquisilí cuenta con grandes atractivos culturales y naturales que enriquecen el cantón.

Además se llegó a concluir que el Cantón Saquisilí posee grandes potencialidades turísticas para promocionar mediante sitios web, debido a estas potenciales turistas nacionales e internacionales se interesarían en visitar este pequeño pueblo de la provincia de Cotopaxi.

De acuerdo a la investigación realizada, se llegó a determinar que es necesario crear un sitio web de promoción turística para la dinamización del mercado turístico del cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi.

Además se llegó a la concluir que esto ayudaría a la economía del cantón y así llegar al buen vivir que todos los habitantes desean.

6.3 JUSTIFICACIÓN

Ésta propuesta de tesis se basa en la elaboración de un sitio web de promoción turística y la contribución en la dinamización del mercado turístico del Cantón Saquisilí, ya que realmente presenta agraciadas facilidades tales como cultura, tradiciones y un asiento comercial, por medio de estas actividad la economía de este cantón tiene un crecimiento continuo, otro punto a favor que posee éste sitio es que es una de las ciudades de mejor productividad económica lo cuál de manera automática se ampliarán las plazas de trabajo, beneficiando a su población

e incluso a las personas que lleguen a este rincón de la provincia de Cotopaxi, con el propósito de vincularse al ámbito profesional, y lo mejor de todo esto, es que el turismo se presta para ser utilizado de una buena manera, por ende mejorará la calidad de vida de los habitantes.

6.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

6.4.1 Objetivo General

Elaborar un sitio web de promoción turística para contribuir con la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi.

6.4.2 Objetivos Específicos

- Socializar la idea primaria con las autoridades
- Planificar las actividades para ejecutar el proyecto
- Ejecutar las actividades planificada en orden consecutivo
- Evaluar los procesos realizados de la propuesta

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

6.5.1 FACTIBILIDAD OPERATIVA

La propuesta de la elaboración de un sitio web de promoción turística para contribuir con la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi fue elaborada de fácil comprensión para que pueda ser entregada y ejecutada por todo tipo de persona que desee ponerla en práctica, es así que se considera el desarrollo y aplicación de la presente propuesta como operativamente factible.

6.5.2 FACTIBILIDAD ECONÓMICA

Análisis y presentación de indicadores que muestran la posibilidad de ejecutarse este proyecto en función de la disponibilidad de recursos.

Cuadro 20: Factibilidad económica

	ESCALA				
	1	2	3	4	5
Apoyo de Organismos Seccionales					X
Sostenibilidad del proyecto durante la etapa de ejecución.					X
Aceptación de la creación del proyecto					X
Resultado: El presente proyecto tendrá altas posibilidades de respaldo financiero de diversas fuentes debido a las características socio-económicas que presenta.					

Elaborado por: TORRES, María (2012)

Una vez establecidos los indicadores y su ponderación en una escala del 1 al 5, se concluye que el proyecto es económicamente factible.

6.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

PROMOCIÓN TURÍSTICA

La promoción turística mediante el internet es una gran alternativa ya que de esta forma la publicidad sigue vigente, aunque actualmente se han añadido nuevos caminos por dónde llegar al cliente de una forma más directa, incluso pudiendo vender el producto por la misma Red, una vía mas directa es colocar los anuncios en los espacios de la red para usuarios específicos.

SITIOS WEB

Un **sitio web**, por lo tanto, es un espacio virtual en Internet. Se trata de un conjunto de páginas web que son accesibles desde un mismo dominio o subdominio de la World Wide Web (WWW).

Los sitios web incluyen documentos HTML, fotografías, sonidos, vídeos, animaciones Flash y otro tipo de contenidos que pueden compartirse en línea. La URL raíz del sitio web se conoce como portada o home page. Lo más habitual es que esta portada facilite el acceso a todas las páginas del sitio mediante hipervínculos (también conocidos como enlaces o links).

PASOS PARA REALIZAR UN SITIO WEB

Existen seis etapas básicas: planeación, desarrollo de contenido, diseño gráfico, programación, mercadeo y promoción, y mantenimiento.¹⁴

1. Planeación

Para realizar un sitio web la idea debe estar bien organizada, tanto para el beneficio de sus visitantes como para hacerlo fácil de mantener.

¹⁴GROSS, Manuel / Sitios Web

Planificar un esquema de que se quiere realizar ayuda a visualizar la estructura del sitio web.

2. Desarrollo del contenido

El contenido debe obtener información acerca del lugar que se va a promocionar obteniendo ideas concretas para mantener al usuario interesado por la información.

3. Diseño gráfico

Para que los usuarios tengan una buena impresión de la página los gráficos deben ser bien diseñados.

4. Programación

Una vez que se ha planeado un sitio con el contenido y los gráficos, se debe convertir la información en formato que se pueda leer en la Web. Se puede hacer esto al convertir los archivos de texto en HTML (Lenguaje de Marcación de Hipertexto, por sus siglas en inglés) y al convertir los gráficos en formato GIF o JPEG, para poder colocar la página en el internet.

5. Mercadeo y Promoción

Un profesional de mercadeo en la Internet realmente puede ayudar a difundir el rumor en forma rápida y ofrecerle ideas creativas para atraer más personas al cantón o sitio, todo esto al publicar en Web un contenido atractivo.

6. Mantenimiento

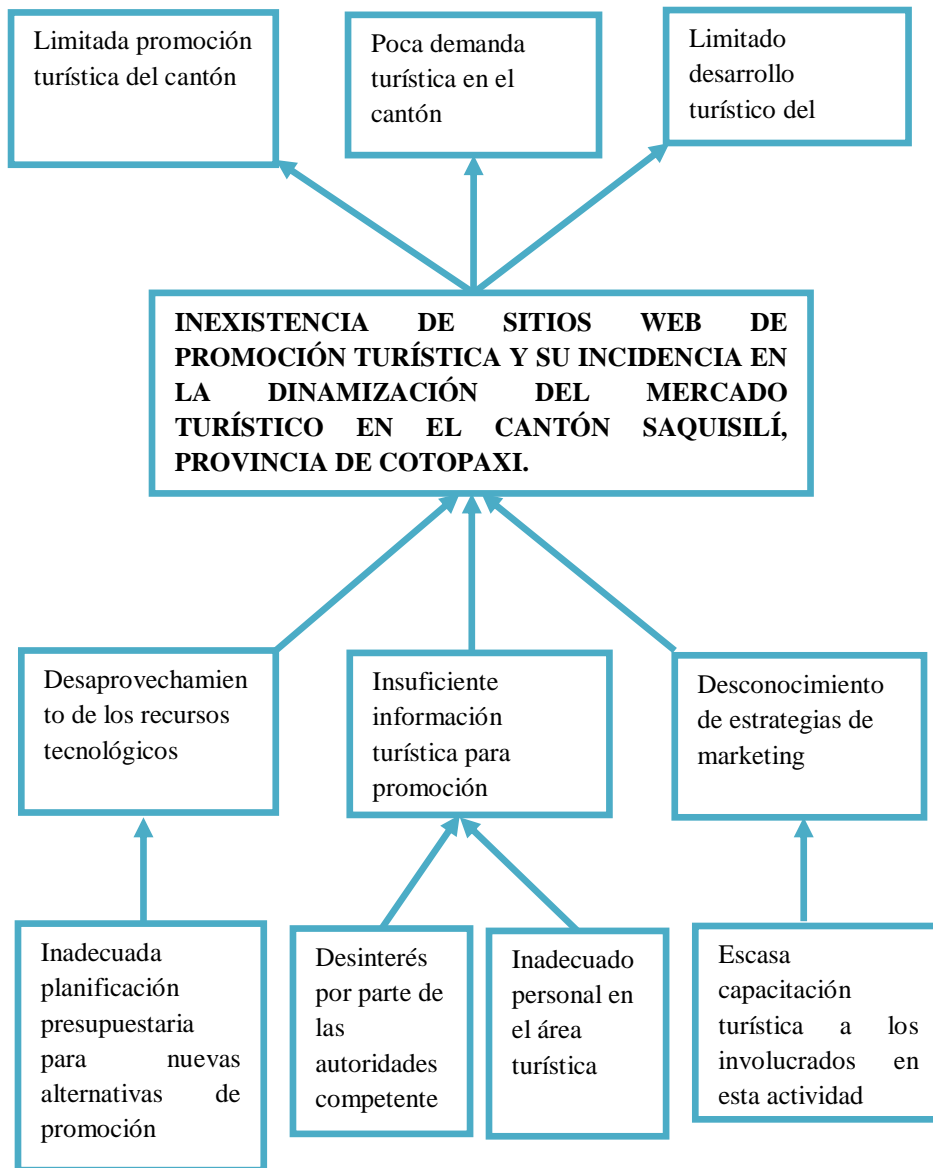
La Web necesita un mantenimiento constante para actualizar datos y verificar las visitas diarias al sitio web.

6.7 METODOLOGÍA DE LA PROPUESTA

Para la actual propuesta se utilizará el Sistema de Marco Lógico (SML), que comprende el detalle de actividades, componentes, propósitos y fines de nuestro plan central de investigación para lo cual se utilizara el árbol de problemas precedente y luego se lo convertirá a marco lógico.

6.7.1 ARBOL DE PROBLEMAS

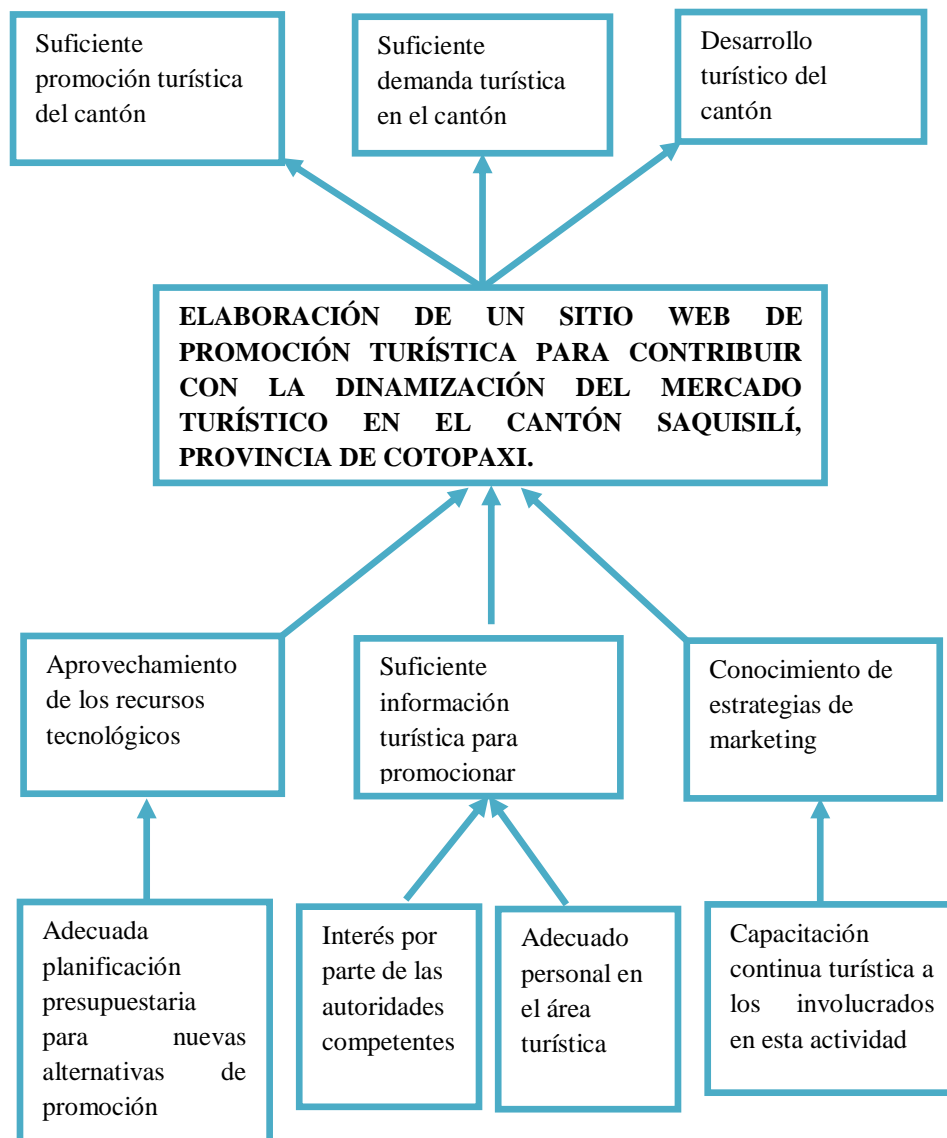
Gráfico 16: Árbol de Problemas



Elaborado por: TORRES, María (2012)

6.7.1 ARBOL DE OBJETIVOS

Gráfico 17: Árbol de Objetivos



Elaborado por: TORRES, María (2012)

6.7.2 MATRIZ DE MARCO LOGICO

Cuadro 21: Matriz de Marco Lógico

NIVEL DE OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS	
FIN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suficiente promoción turística del cantón. 2. Suficiente demanda turística en el cantón 3. Desarrollo turístico del cantón. 	<p>El año 2013 el 70% de los recursos turísticos que tiene el cantón Saquisilí serán promocionados para el beneficio de los involucrados.</p> <p>Para el 2014 el Cantón Saquisilí tendrá un incremento del 30% en su flujo turístico.</p> <p>Para el año 2014 la oferta turística del Cantón Saquisilí se habrá elevado en un 40%.</p>	<p>Estadísticas</p> <p>Mediante estadísticas turísticas obtenidas en organigrama seccionales</p> <p>Mediante estadísticas turísticas</p>	<p>Apoyo del gobierno autónomo e involucrados a las capacitaciones y desarrollo de la actividad turística</p>
PROPÓSITO	<p>Elaboración de un sitio web de promoción turística para contribuir con la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi.</p>	<p>Para el año 2013, se habrá elaborado el 100% de un sitio web de promoción turística para contribuir con la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi</p>	<p>Registro de las visitas al sitio web</p>	<p>El crecimiento de la demanda turística se debe a la información obtenida a través de la página web.</p>

COMPONENTES	1. Aprovechamiento de los recursos tecnológicos.	Dentro del presente año se implementara varios recursos tecnológicos para verificar una efectividad de un 90% promocionar el cantón mediante la pagina web	Registro de las visitas al sitio web	Apoyo del gobierno, especializados en Sistemas y autor de la propuesta
	2. Suficiente información turística para promocionar	Para el primer trimestre del 2013 se obtener el 100% de información turística para promocionar.	Documentos de historia del cantón	
	3. Conocimiento de estrategias de marketing	Para el año 2014se dictaran un taller sobre estrategia de marketing al menos el 70% de las personas involucradas en el turismo	Registro de los talleres que se dictan o la planificación académica	
ACTIVIDADES	COMPONENTE 1			
	1.1 Adecuada planificación presupuestaria para nuevas alternativas de promoción	En el lapso de este año en la etapa de planificación presupuestaria se logra obtener nuevas alternativas para promocionar el cantón esto tendrá un 100% de efectividad para el desarrollo del cantón.	Facturas y proformas	Se destina presupuestos para la implementación de medios de difusión turística como la pagina web
	COMPONENTE 2			
2.1 Interés por parte de las autoridades competentes	En este año las autoridades participaran en desarrollar proyectos turísticos en un 100%.	Actas		

2.2 Adecuado personal en el área turística	Para la nueva planificación de proyectos turísticos al menos el 80% del personal debe ser capacitado en el área turística.	Nominas del personal especializados en turismo
COMPONENTE 3		
3.1 Capacitación continua turística a los involucrados en esta actividad.	Incrementa el 100% de capacitación a los involucrados sobre actividades turística para que en el año 2014 el cantón Saquisilí tenga una nueva visión.	Registro de los talleres y planificación académica

Elaborado por: TORRES, María (2012)

6.7.3 ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA

PORTADA DEL SITIO WEB



PASOS PARA OBSERVAR QUE SERVICIOS OFRECE EL SITIO WEB

1. Inicio

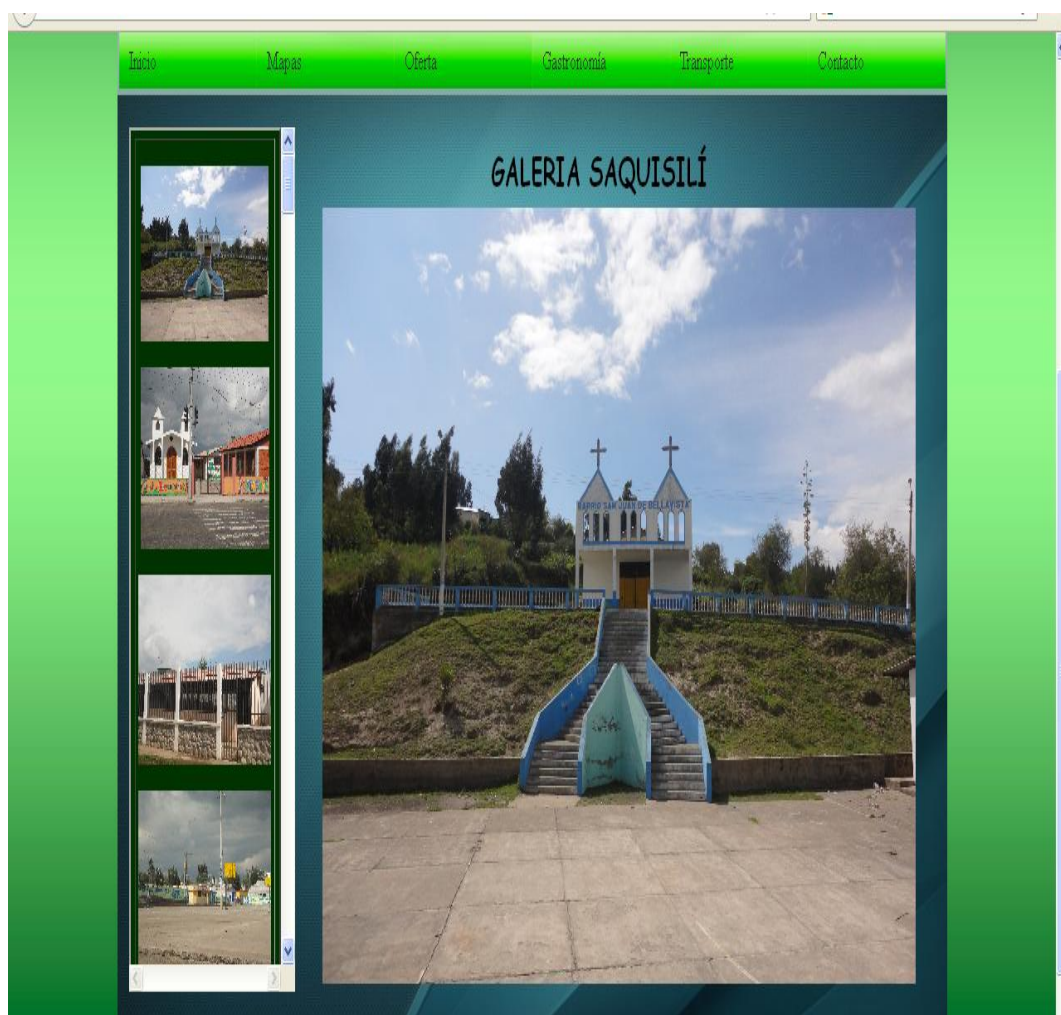
En el primer vínculo se encontrara una gama de galerías o fotografías del cantón Saquisilí, el mismo que se desplegara a continuación



Para poder observar las fotografías se debe realizar un clic en cada una de ellas o sino se cambiara de manera automática toda la galería de fotos.

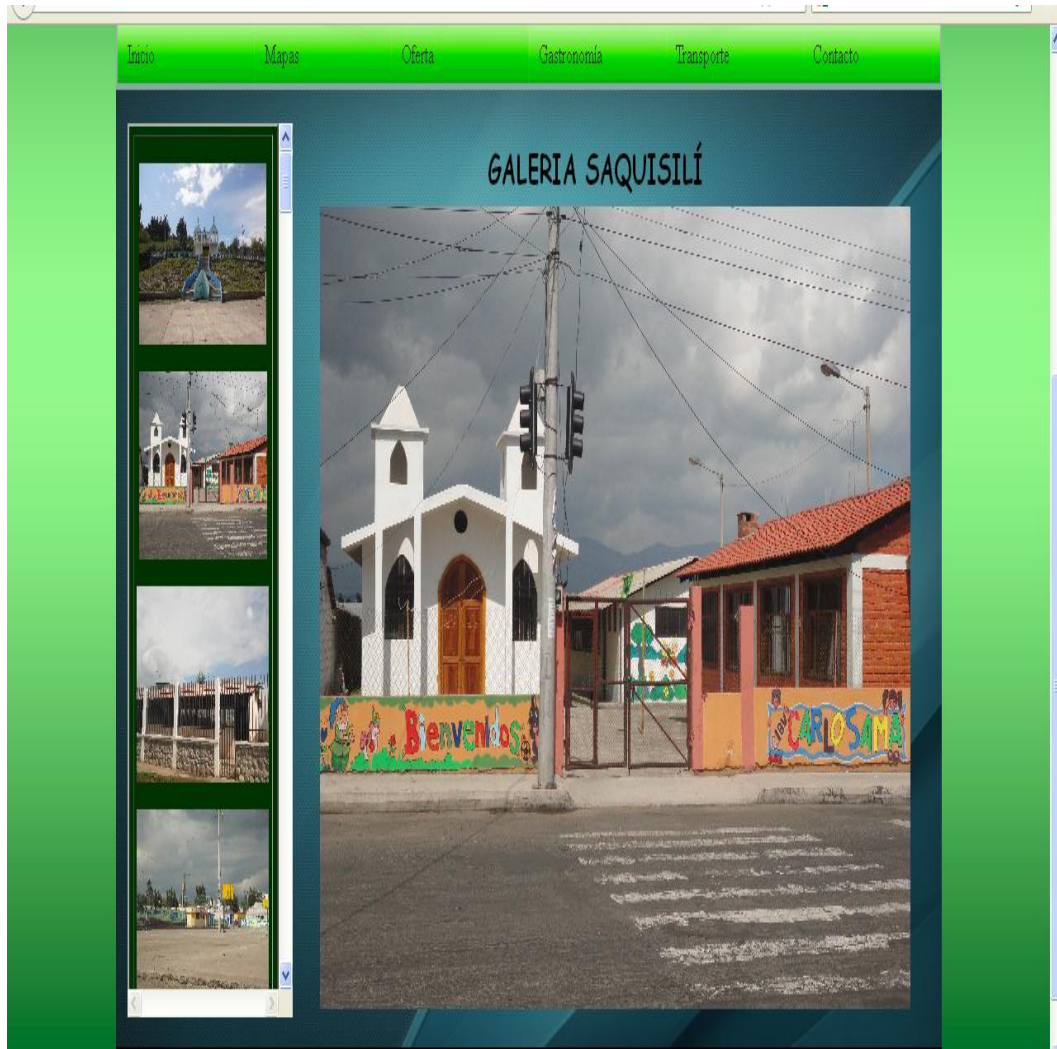
Fotografía N° 1

Barrio San Juan de Bellavista



Fotografía N° 2

Barrio Carlosama



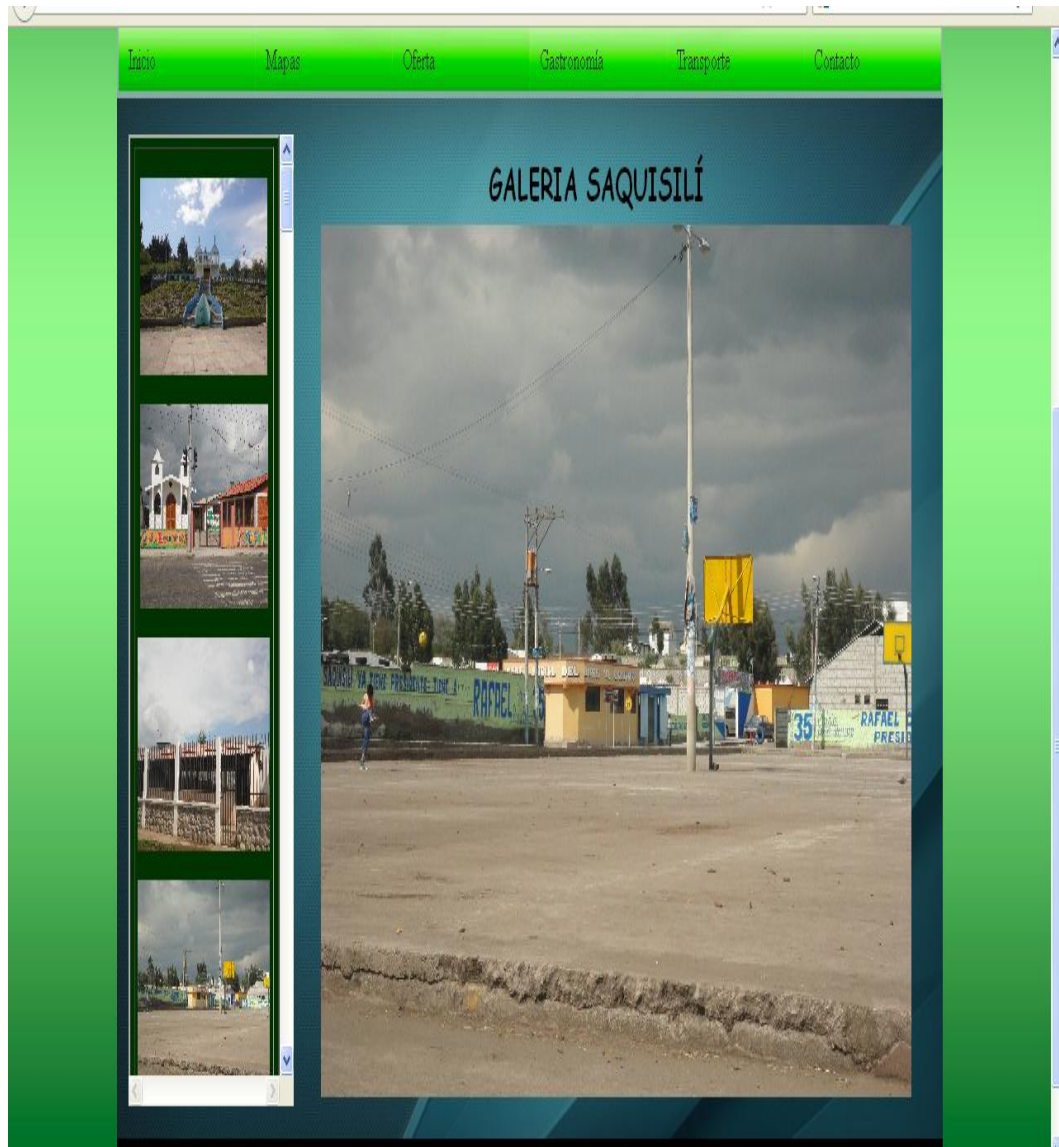
Fotografía N° 3

Barrio Abdón Calderón



Fotografía N° 4

Barrio El Calvario



Fotografía N° 5

Plaza Gran Colombia



Fotografía N° 6

Cementerio Municipal



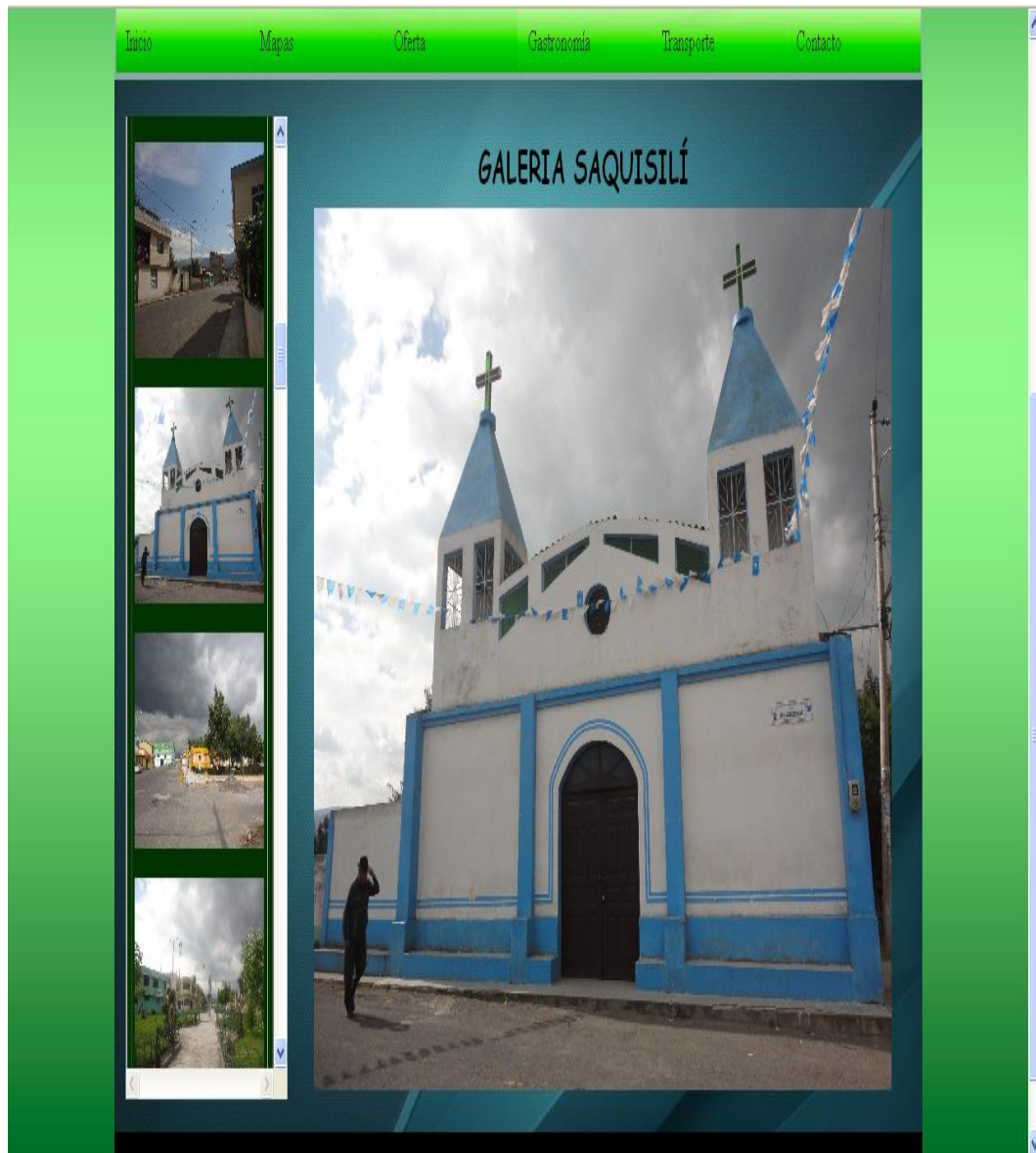
Fotografía N° 7

Iglesia de Barrio Manuel Salguero



Fotografía N° 8

Iglesia de la Parroquia Chantilin



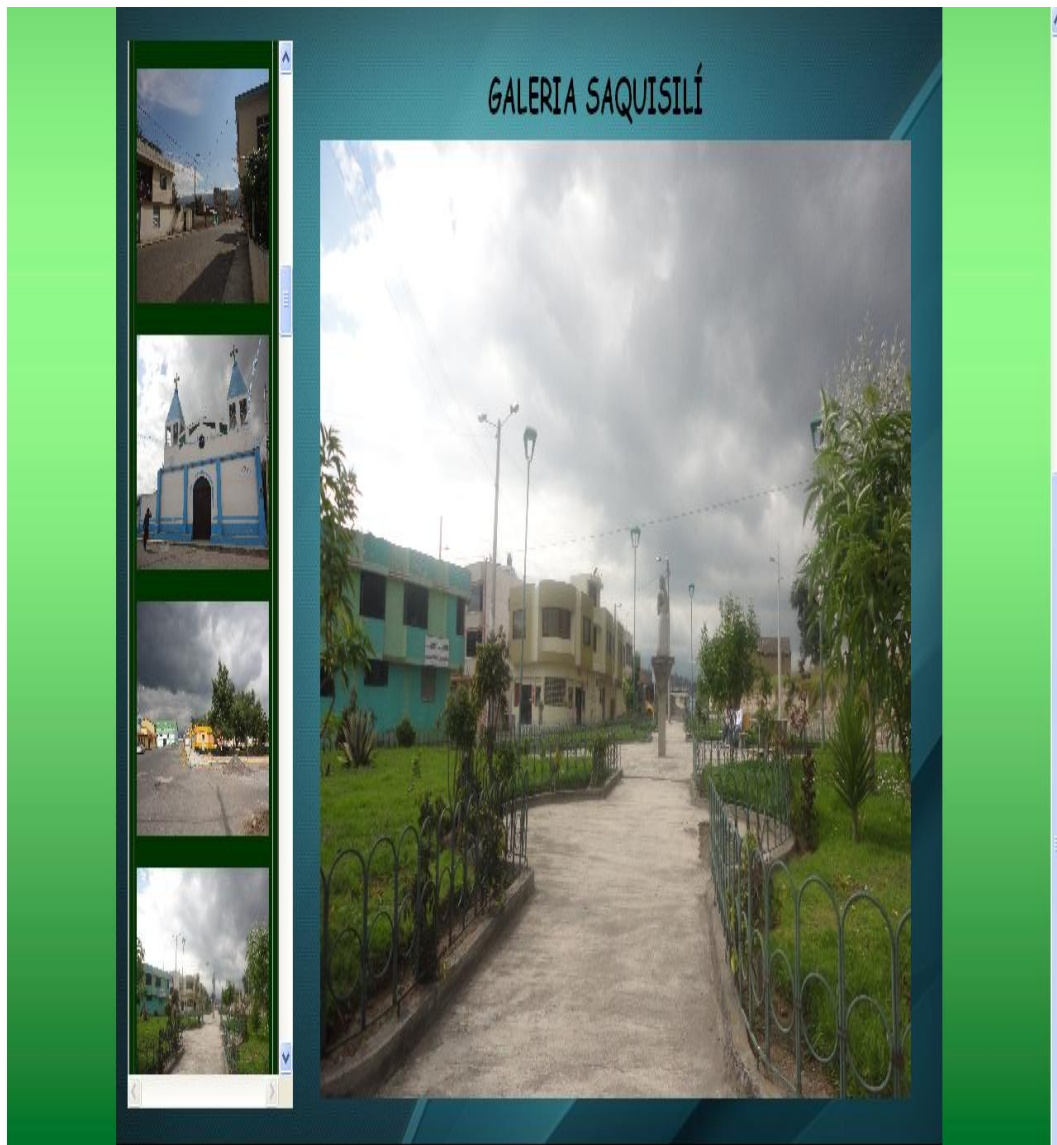
Fotografía N° 9

Parque de la Parroquia Canchagua



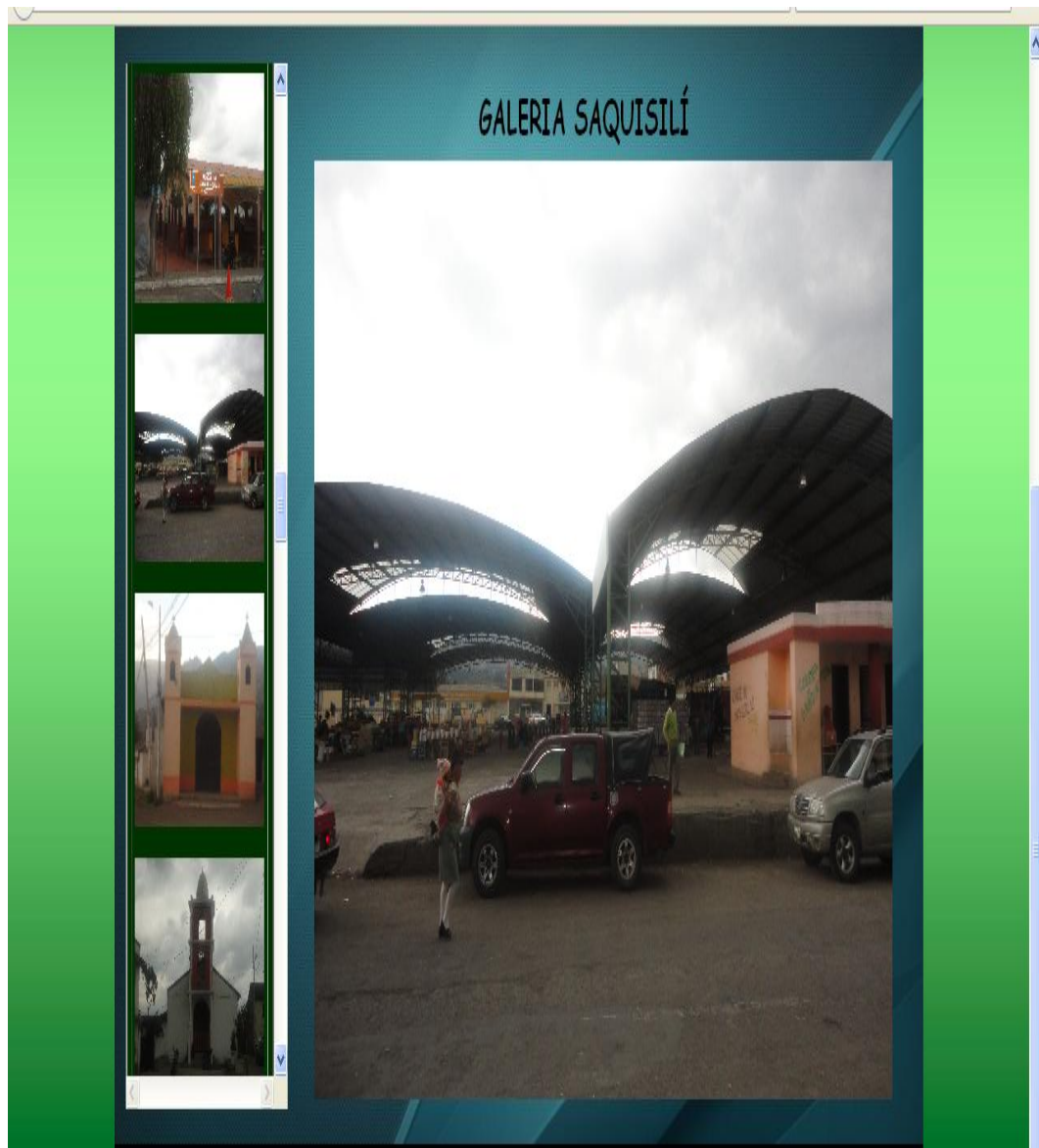
Fotografía N° 10

Parque de la Madre o Parque de los enamorados



Fotografía N° 11

Plaza Kennedy



Fotografía N° 12

Mini Mercado Juan Montalvo



Fotografía N° 13

Barrio Mollepamba



Fotografía N° 14

Iglesia de Saquisilí



Fotografía N° 15

GAD Municipal



Fotografía N° 16

Entrada a Saquisilí



Fotografía N° 17

Saquisilí



2. MAPAS

En este vínculo encontraremos los mapas de la Provincia de Cotopaxi y del Cantón Saquisilí con una pequeña introducción





Inicio Mapas Oferta Gastronomía Transporte Contacto

Mapa de Cotopaxi

Cotopaxi, oficialmente **Provincia de Cotopaxi**, es una de las 24 **provincias** de la **República del Ecuador**, localizada en la región **serra** del país, al centro-norte del país. Su capital es **Latacunga**. La provincia toma el nombre del volcán más grande e importante de su territorio, el **volcán Cotopaxi**.

Cotopaxi se encuentra dividida políticamente en 7 cantones. Según el último ordenamiento territorial, la provincia de Cotopaxi pertenece a la región centro 3 comprendida también por las provincias de Pastaza, Chimborazo y Tungurahua. Se espera que la ciudad de Latacunga sea ratificada como capital de la región central por parte de la Senplades.





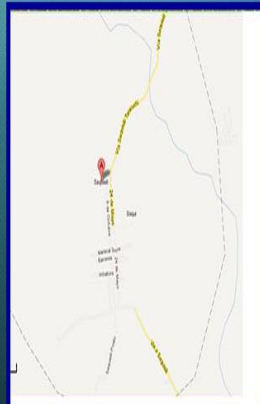
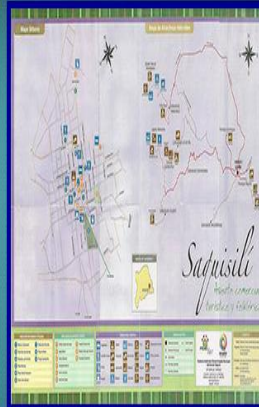
Inicio Mapas Oferta Gastronomía Transporte Contacto

Mapa Saquisilí

El cantón Saquisilí está situado en la Provincia de [Cotopaxi](#), sierra central del [Ecuador](#). El cantón se situa entre las cotas 2.900 y 4.200 msnm. La temperatura media es de 12 °C.

El 65% de la población es indígena y el 35% población mestiza. El Cantón Saquisilí fue fundado el 18 de octubre de 1943.

De acuerdo con el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador, SIISE, la pobreza por necesidades básicas insatisfechas, alcanza el 34,16% de la población total del cantón. La población económicamente activa alcanza a 8.279 habitantes (2001).



DERECHOS RESERVADOS@MARIA TORRES - 2013

Saquisilí - Cotopaxi (Calle Manuel J Calle y 9 de Octubre) 032722558

3. OFERTA

En este vínculo encontraremos los atractivos naturales y culturales que posee el cantón Saquisilí con su respectiva información y fotografías.



The image shows a screenshot of a website with a green and blue color scheme. At the top, there is a slide show of a festival with a woman in traditional dress. Below the slide show is a navigation menu with buttons for 'Inicio', 'Mapas', 'Oferta', 'Gastronomía', 'Transporte', and 'Contacto'. A speech bubble labeled 'Clic' points to the 'Atractivos Culturales' button. Below the menu, there is a section titled 'Culturales' featuring a photograph of the Iglesia de Saquisilí at night. The text below the photo reads: 'IGLESIA DE SAQUISILÍ' and 'La Iglesia de Saquisilí, ubicada frente al parque central de la ciudad en las calles 24 de Mayo entre Barreno y Maniscal, es de diseño, corte y construcción modernos. Una doble estructura lateral de concreto sirve de soporte a un techo notoriamente angulado y de grandes dimensiones.' Below this, another paragraph begins: 'La gran cubierta superior permite una nave central amplia, con pilares en su zona central. Al fondo de la nave se encuentra una serie de vitrales referentes a la liturgia'.

Atractivos Naturales

Para poder observar cada atractivo natural debe realiza un clic en cada uno ellos.

The screenshot shows a website interface with a green background. At the top, there is a large image of a busy outdoor market with a sign that says "Feria". Below this image is a navigation bar with the following menu items: Inicio, Mapas, Oferta, Gastronomía, Transporte, and Contacto. The main content area features a large landscape image of a lake and a rocky mountain peak. Below this image is a grid of four smaller images, each with a title above it: "Mascara Humada del Cotacachi", "Laguna del Titicocha", "Cascada Candelafaso", and "Cerro Calqum y Otras Formaciones Rocosas". A speech bubble with the word "Clic" is pointing to the second image in the grid. At the bottom of the page, there is a footer with the text "DERECHOS RESERVADOS@MARIA TORRES - 2013" and "Saquisilí - Cotopaxi (Calle Manuel J Calle y 9 de Octubre) 032722558".



[Inicio](#)

[Mapas](#)

[Oferta](#)

[Gastronomía](#)

[Transporte](#)

[Contacto](#)

MIRADORES NATURALES DEL WINGOPANA

UBICACIÓN: Comunidad de Yanahurco , Parroquia Saquisilí

ALTITUD : 3920m.s.n.m

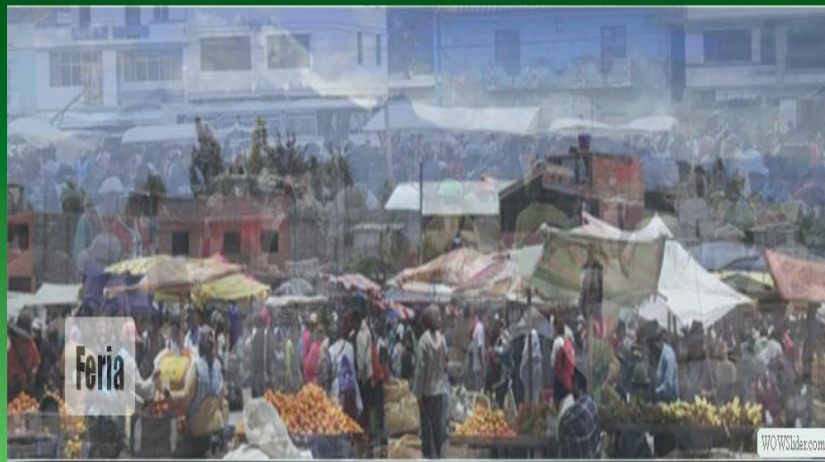
TEMPERATURA : 6 0C

El Wingopana ubicado en la Comunidad de Yanahurco, es una formación natural rocosa de fácil acceso, que ofrece un paisaje andino impresionante. Aproximadamente a una hora de distancia en vehículo desde la cabecera provincial, usted podrá apreciar lo que nuestro Cantón le puede ofrecer, procure llevar ropa abrigada y una cámara fotográfica. Se dice también que este es un sitio donde se realizan rituales y ceremonias por parte de yachags (curanderos de la zona), por la energía que emana este sitio, y los espíritus ancestrales



DERECHOS RESERVADOS@MARIA TORRES - 2013

Saquisilí - Cotopaxi (Calle Manuel J Calle y 9 de Octubre) 032722558



[Inicio](#) [Mapas](#) [Oferta](#) [Gastronomía](#) [Transporte](#) [Contacto](#)

LAGUNA TILINCOCHA

UBICACIÓN: 37 km de la zona urbana de Saquisilí, Parroquia Cochapamba

ALTITUD: 4090 m.s.n.m

TEMPERATURA: 4 0C

TILON: DURO COCHA : LAGO

En la Parroquia de Cochapamba, entre las Comunidades de Llamahuasi y Chanchungaloma, formación de origen natural que es la principal fuente de abastecimiento en la zona, cuenta con una diversa fauna y flora propia de los parajes andinos.

Los Habitantes de la zona mantienen esta zona como una pequeña reserva. Para llegar a este hermoso sitio se requiere





[Inicio](#) [Mapas](#) [Oferta](#) [Gastronomía](#) [Transporte](#) [Contacto](#)

CASCADA CANDELAFASO

UBICACIÓN: Comunidad de Jatunera, Parroquia
Cochapamba

ALTITUD: 3800 m.s.n.m

TEMPERATURA: 7 °C

Ubicada en la Comunidad Jatun Era, a una hora de recorrido en vehículo y una caminata a campo traviesa de 30 minutos aproximadamente le ofrece esta formación natural de mágica belleza una caída de agua de 300 mts aproximadamente internamente en el cañon de la Cascada atraviesa el río Pucayacu y Pumacunchi Es una caída de agua de 300 metros aproximadamente internamente en el cañon de la cascada atraviesa el río Pucayacu y el río Pumacunchi, la vegetación tiene paonales pumamaquis, achupallas en grandes cantidades



DERECHOS RESERVADOS@MARIA TORRES - 2013

Saquisilí - Cotopaxi (Calle Manuel J Calle y 9 de Octubre) 032722558



[Inicio](#)

[Mapas](#)

[Oferta](#)

[Gastronomía](#)

[Transporte](#)

[Contacto](#)

CERRO COLQUIN Y OTRAS FORMACIONES ROCOSAS

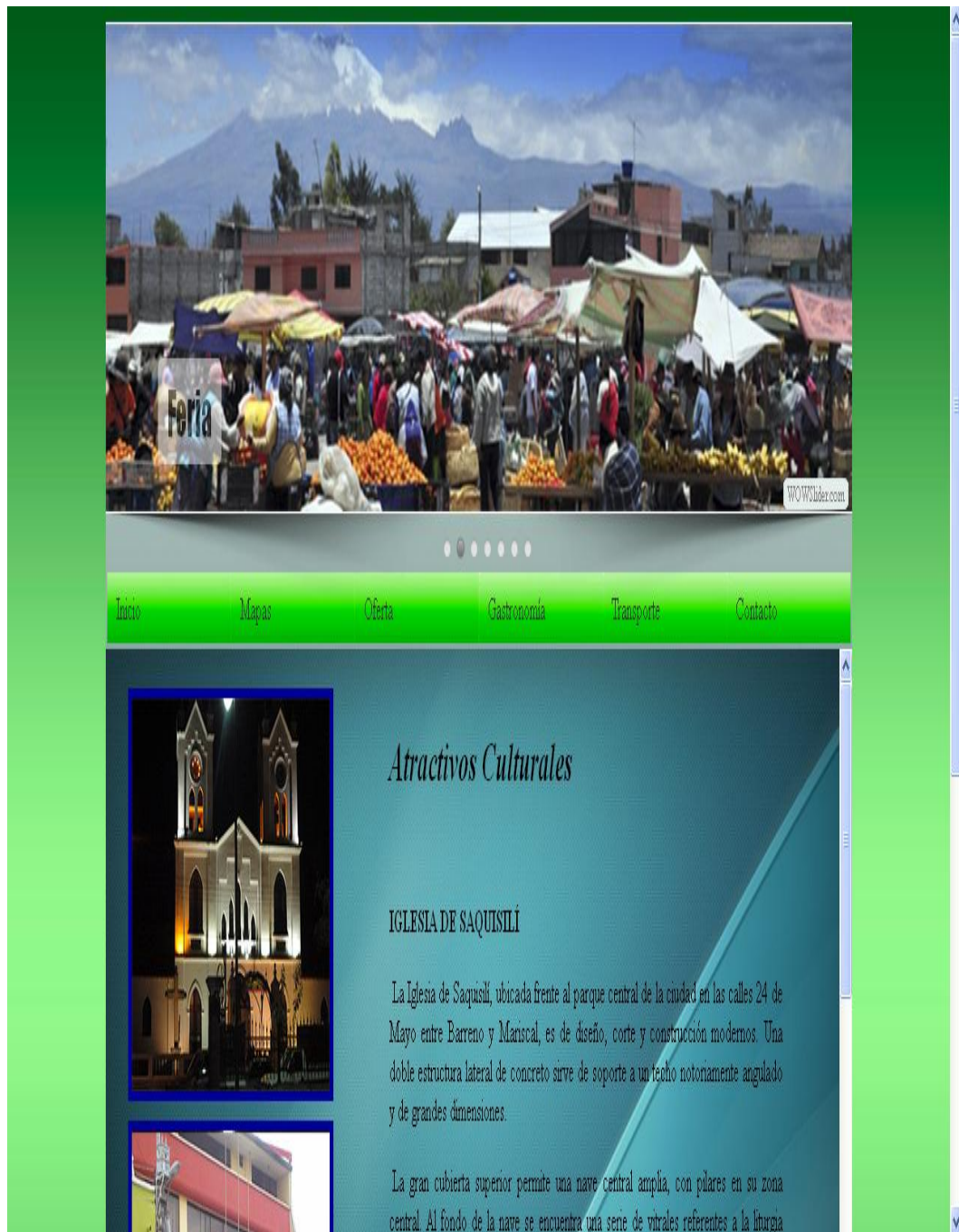
Aparte de los diversos paisajes naturales, existen también varias formaciones naturales como: el Cerro Calquín, que en su base cuenta con una pequeña cueva de formación natural que se ha convertido en un sitio ceremonial para yachags de la zona y como toda creencia ancestral, sitio de concentración de energía para los espíritus.

Así también, existen varias formaciones rocosas en diferentes sectores de las comunidades indígenas de la zona que sugieren a la imaginación múltiples formas



Atractivos Culturales

Se encontrara información de las manifestaciones culturales como la historia de la iglesia del cantón, fiestas populares entre otros.



The screenshot shows a website interface with a green background. At the top, there is a large image of a busy outdoor market with many stalls and people, with a mountain range in the background. Below the image is a navigation menu with the following items: Inicio, Mapas, Oferta, Gastronomía, Transporte, and Contacto. Below the menu, there is a section titled 'Atractivos Culturales' with a sub-section 'IGLESIA DE SAQUISILÍ'. To the left of the text is a photograph of the Iglesia de Saquisilí at night, illuminated. Below the main photograph is a smaller, partially visible image of a building.

Atractivos Culturales

IGLESIA DE SAQUISILÍ

La Iglesia de Saquisilí, ubicada frente al parque central de la ciudad en las calles 24 de Mayo entre Barreno y Mañiscal, es de diseño, corte y construcción modernos. Una doble estructura lateral de concreto sirve de soporte a un techo notoriamente angulado y de grandes dimensiones.

La gran cubierta superior permite una nave central amplia, con pilares en su zona central. Al fondo de la nave se encuentra una serie de vitrales referentes a la liturgia.



Inicio Mapas Oferta Gastronomía Transporte Contacto



- **Plaza Gran Colombia "Plaza de Papas"**: Ubicada a 100 metros al este del parque central en las calles García Moreno y Mariscal Sucre se comercializan leguminosas, hortalizas, papas, abarotes, y otros productos al por mayor y menor para que sean comercializados.
- **Plaza del Rastro "Plaza de animales"**: ubicada al norte de la ciudad sector Carlosama, donde se comercializan ganado vacuno, bovino, porcino entre otros, cuyos animales son adquiridos para el faenamiento, crianza o re-venta.
- **Plaza Kennedy "Plaza de Granos"**: ubicada entre las calles Polupaxi y Barreno a 200 metros del parque La Concordia "Parque Central" y cuya característica principal es la comercialización de granos secos (cereales quinua, morocho cebada, chocho, mote, lenteja, etc.). También se venden legumbres, vegetales, hortalizas, artesanías elaboradas en barro y arcilla. Y, para alimentarse comida típica preparada.
- **Mini Mercado Juan Montalvo "Plazoleta de Zapatos"**: Ubicada a 100 metros al sur-oeste del parque central en las calles 24 de Mayo y Barreno, se caracteriza por la comercialización de tres productos específicos por el tamaño reducido de la misma, tenemos la venta de confites al por mayor y menor, zapatos y comida típica preparada del cantón.
- **Plaza 18 de Octubre "Plaza de las Artesanías"**: Ubicada al Norte de la ciudad a 200 metros del parque central en las calles 24 de Mayo y Bartolomé de las Casas. Aquí se expenden artesanías de Otavalo, Cotacachi, Tigua y otras comunidades del Cantón. Encontrará viveres, alimentos, cestos de carizo, frutas al por mayor y menor, coqueadores artesanales y diferentes variedades.
- **Camal Municipal**: ubicado en la Avenida 5 de Junio y calle Bolívar Actualmente el Cantón cuenta con un Camal Tecnológico de tecnología de punta y que ha cambiado totalmente el procesamiento de carne. Aquí se faena ganado toro y ovino, que gracias a sus procesos puede garantizar su frescura, calidad y procedencia. Gran parte de este producto se comercializa a la ciudad de Quito, Latacunga entre otras ciudades del país.



Inicio Mapas Oferta Gastronomía Transporte Contacto



- **Camal Municipal:** ubicado en la Avenida 5 de Junio y calle Bolívar Actualmente el Cantón cuenta con un Camal Tecnológico de tecnología de punta y que ha cambiado totalmente el procesamiento de carne. Aquí se faena ganado bovino y ovino, que gracias a sus procesos puede garantizar su frescura, calidad y procedencia. Gran parte de este producto se comercializa a la ciudad de Quito, Latacunga entre otras ciudades del país.

- **Plaza San Juan Bautista "Plaza de Ropa":** Llamada así por el nombre eclesástico del cantón, aquí se comercializan productos como lana, prendas de vestir de las dos culturas: mestiza e indígena se encuentra ubicada a 50 metros al sur del parque central en las calles Simón Bolívar y Abdón Calderón.

- **Plaza Vicente Rocafuerte "Plaza de Gallinas":** Ubicada entre las Calles Manabí y Gonzales Suarez a 400m. Al nor-este del Parque central La Concordia, aquí se comercializa pescado fresco al por mayor y menor, artículos de plástico, hierba para animales, leña, carbón, muebles, animales domésticos como aves, cuyes, conejos, perros y gatos

LOS SANGUANITOS ES UNA CARACTERÍSTICA DEL CANTÓN SAQUISILÍ

Porque los sanjuantos tejedores o bailarines hacen movimientos a lo largo del canchero y en cada esquina de las calles o plazas, se desplaza el Cacique de los sanjuantos con un palo alto que termina con una bandera, con un gallo crucificado en una cruz y que también contiene un sinnúmero de cintas de colores alegres y vistosos que cada sanjuanto y sanjuanta son portadores que al compás del baile irán tejendo dichas cintas en un rictus humano al compás de bellas piezas musicales del pentagrama ecuatoriano tocado por la banda de músicos.

4. Gastronomía

En este vínculo se encontrara los platos típicos del Cantón Saquisilí con su respectiva descripción.

Iglesia

Inicio Mapas Oferta Gastronomía Transporte Contacto

Clic

Mote con Hornado

Tripa Mishqui

Aji de Cur

DERECHOS RESERVADOS@MARIA TORRES - 2013

Saquisilí - Cotopaxi (Calle Manuel J Calle y 9 de Octubre) 032722558



[Inicio](#)

[Mapas](#)

[Oferta](#)

[Gastronomía](#)

[Transporte](#)

[Contacto](#)

Tortillas de maíz

La harina de maíz se amasa con manteca, sal y otros condimentos tienen sus secretos para darle el sabor especial, en el centro lleva queso con cebolla blanca y son tostadas en una paila a leña.



DERECHOS RESERVADOS@MARIA TORRES - 2013

Saquisilí - Cotacachi (Calle Manuel J Calle y 9 de Octubre) 032722558



[Inicio](#)

[Mapas](#)

[Oferta](#)

[Gastronomía](#)

[Transporte](#)

[Contacto](#)

Chauramischi o Arroz Misqui

La harina de maíz se amasa con manteca, sal y otros condimentos tienen sus secretos para darle el sabor especial; en el centro lleva queso con cebolla blanca y son tostadas en una paula a leña.





[Inicio](#)

[Mapas](#)

[Oferta](#)

[Gastronomía](#)

[Transporte](#)

[Contacto](#)

Tripa Misqui

La tripa mishqui o tripa dulce, sabrosa, no es más que el intestino delgado de la res asado, un bocado que en Argentina se conoce como chinchulín y se consume en las Parrilladas. En Saquisilí es más común encontrar los días jueves y domingo en la feria.





[Inicio](#)

[Mapas](#)

[Oferta](#)

[Gastronomía](#)

[Transporte](#)

[Contacto](#)

Cuy Asado

Comprende un cuy (adobado y asado al carbón), acompañado de papas cocidas con lechuga, tomate y zarza (similar a un estofado que tiene cebolla larga, leche, mani, entre otros).



5. Transporte

Este vínculo obtiene el transporte que posee el cantón Saquisilí con su respectiva información.



Semana Santa

WOW3libex.com



Clic

[COOPERATIVA 18 DE OCTUBRE](#)

Realizan carreras para trasladar cosas pesadas como por ejemplo: animales, quintales de papas, abarotes, etc. el precio de la carrera varía dependiendo el lugar que se dirija y si es fuera del cantón.

[COOPERATIVA TRANSAVIO](#)

Recorrido: Saquisilí (Aglomerados, Tanicuchi, Cucuno, Toacaso) todos los días

[COOPERATIVA SAQUISILÍ](#)

Recorrido: Saquisilí (Quito, Sigchos, Ambato, Baños, Santo Domingo de los Colorados), y Latacunga todos los días.

DERECHOS RESERVADOS@MARIA TORRES - 2013

Saquisilí - Cotopaxi (Calle Manuel J Calle y 9 de Octubre) 032722558



Ponchos y Artesanias

WOWlibra.com

Inicio

Mapas

Oferta

Gastronomía

Transporte

Contacto



COOPERATIVA 18 DE OCTUBRE

Realizan carreras para trasladar cosas pesadas como por ejemplo: animales, quintales de papas, abarrotes, etc. el precio de la carrera varia dependiendo el lugar que se dirija y si es fuera del cantón.



DERECHOS RESERVADOS@MARIA TORRES - 2013

Saquisilí - Cotopaxi (Calle Manuel J Calle y 9 de Octubre) 032722558



- Inicio
- Mapas
- Oferta
- Gastronomía
- Transporte
- Contacto



COOPERATIVA TRANSATQ

Recorrido: Saquisilí (Aglomerados, Tanicuchi, Cuicuno, Toacaso) todos los días

DESTINO	DIAS	SALIDA	PRECIO
Saquisilí - Cuicuno - Toacaso	Todos los días	Cada hora	\$ 0,50
Saquisilí - Tanicuchi - Aglomerados	Todos los días	Cada 30min	\$ 0,40





Ponchos y Artesanias

WOWlibra.com

Inicio Mapas Oferta Gastronomía Transporte Contacto



COOPERATIVA SAQUISILÍ

Recorrido: Saquisilí (Quito, Sigchos, Ambato, Baños, Santo Domingo de los Colorados), y Latacunga todos los días.

DESTINO	DIAS	SALIDA	PRECIOS
Saquisilí - Latacunga	Todos los días	Cada 15min	\$ 0,30 adultos \$ 0,15 estudiantes \$0,25 parada mínima
Saquisilí - Quito	Domingos Jueves	Desde las 14:00 pm hasta las 16:00pm	\$1,50
Saquisilí - Sigchos	Jueves	4:00 am	\$1,50
Saquisilí - Ambato	Lunes	4:00 am	\$ 1,00
Saquisilí - Baños	Domingos	4:00 am	\$ 2,00

DERECHOS RESERVADOS@MARIA TORRES - 2013

Saquisilí - Cotopaxi (Calle Manuel J Calle y 9 de Octubre) 032722558

6.8 ADMINISTRACIÓN Y EVALUACIÓN

La Propuesta de la siguiente investigación “Elaboración de un sitio web de promoción turística para contribuir con la dinamización del mercado turístico en el cantón Saquisilí, Provincia de Cotopaxi.”, será entregada al Alcalde del cantón Saquisilí Ing. Manual Chango será el encargado de analizar, ejecutar y administrar dicha propuesta en conjunción y coordinación del Autor de la Propuesta.

Una vez que se ha culminado de manera metodológica las etapas de la Propuesta es necesario establecer un Cuadro Operativo de dichas fases con el afán de evaluar el cumplimiento de las mismas.

Cuadro N°22: Administración y Evaluación

ETAPA DEL PROYECTO	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	TIEMPO
SOCIALIZACIÓN	Socializar con los implicados en este proyecto en beneficio del cantón	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar una reunión todas las autoridades - Realizar los temas que se van a impartir. - Convocar a los implicados a una reunión - Finalmente reunirse para dar a conocer el proyecto 	Autoridades y autor de la propuesta	1 día
PLANIFICACIÓN	Planificar con los involucrados para publicar el sitio web	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un presupuesto para cotizar el costo de la publicidad. - Recolectar en dinero para pagar el costo de la publicidad. 	Autoridades y autor de la propuesta	2 semanas
EJECUCIÓN	Ejecutar la propuesta para dinamizar el mercado turístico del cantón	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar el diseño al internet y - Publicarla propuesta en beneficio de todos los habitantes. 	Autoridades y autor de la propuesta	3 semanas
EVALUACIÓN	Evaluar los procesos para alcanzar meta planteada.	<ul style="list-style-type: none"> - Verificar las visitas que tiene el sitio web. 	Autoridades y autor de la propuesta	1 semana evaluación gubernamental y permanente en todo el proceso

Elaborado por: TORRES, María (2012)

BIBLIOGRAFÍA

- Banco Central del Ecuador / Estadísticas Turísticas
- Cámara Provincial de Turismo Cotopaxi / Historia del Cantón Saquisilí
- GEVARA, Alfredo (2006)/ Turismo Sostenible
- GUERRERO, Lorena / Módulo de Planificación Estratégica / Planificación Turística
- HOWARD, John (1967) / American Marketing
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos “censo 2011/ población”.
- LAMBIN, J.J / Marketing Estratégico
- MCCARTHY, Jerome(1960) / Mercadotecnia
- Ministerio de Turismo, Dirección Nacional de Migración / Estadísticas Turísticas
- MINTZBERG, Henry (1994) / Planificación Estratégica
- MORENO, Rufín / Marketing (Grado Turismo)
- RIES Y TROUT, Jack / Marketing Warfare
- Sistema Nacional de Información (SNI) / Censo 2011 / Población
- SOLSONA, Monsonis (1999) Hotelería y Turismo diagnóstico estratégico Recursos Turísticos
- ZAMBRANO, Luis (2009) / La Gaceta / Estadísticas Turísticas
- American Marketing Association (AMA) / Marketing
- BECKHAM, Paul (2001) / Estrategias Turísticas
- CAPDEVILA, Arturo (1995) Libro Tierra Mía
- CEOMT (Consejo Empresarial de la Organización Mundial de Turismo), Diseño y promoción de un sitio web turístico
- CERRO, Leno (1993) / Planificación Turística Sostenible
- CERRO, Leno (1993) / Técnicas de Evaluación de Potencial Turístico
- GAVIÑO, Noemy / Módulo de Marketing Turístico
- GROOS, Manuel (2000) / Sitios Web
- KOPLAN y NORTON (2001) / Strategic Maps

- KOTLER, Philip (2003) / Fundamentos de Marketing (6ª edición). Pearson Educación de México, S.A.
- Ley de Turismo / Promoción Turística
- Ley de Turismo / Reglamentos Generales de Actividades Turísticas
- MCCARTHY, Jerome(1960) / Marketing Mix
- OMD (Organización de Marketing de los destinos Turísticos) Informática Aplicada al sector turístico
- Organización Mundial de Marketing de los destinos Turísticos (OMD)
- Organización Mundial de Turismo (OMT), 1993 / Mercado Turístico
- Organización Mundial de Turismo (OMT), 1993 / Patrimonio Turístico y Recursos Turísticos
- PEREZ, Ignacio / Marketing Technical / Estrategias Turísticas
- Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia El Año 2020 “PLANDETUR 2020” (Diciembre 2007). / Planificación Turística
- PORTER, Michael (1985) Introducción de Marketing / Estrategias Turísticas
- QUINN (2001) / Formación de Estratégicas
- TAMAYO, María (2009)/ Tesis "La Promoción de nuevas rutas turísticas y su incidencia en el desarrollo turístico de la Provincia de Tungurahua"
- TORRES, Sebastian / Tesis "Plan de Marketing para la promoción turística de la Provincia de Cotopaxi"
- ZIMMERMAN (1993) / Recursos Turísticos

LINKOGRAFIA:

- http://www.efemerides.ec/1/marzo/0306_2.htm
- <http://www.viajandox.com/cotopaxi/saquisili-canton.htm>
- <http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=536>
- <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/548/3/Capitulo%202.pdf>
- <http://www.condesan.org/e-foros/DesLocal/MPacheco.pdf>
- <http://www.ecuale.com/cotopaxi/>
- <http://www.servicio.gob.ec>
- <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/fjcv/Recurso%20Turistico.htm>
- <http://www.ciberconta.unizar.es>
- <http://www.definiciones>
- <http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=536>
- <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/548/3/Capitulo%202.pdf>
- <http://www.condesan.org/e-foros/DesLocal/MPacheco.pdf>
- <http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=536>

ANEXOS

Anexo N° 1 Encuesta



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

**ENCUESTA REALIZADA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN SAQUISILÍ DE LA
PROVINCIA DE COTOPAXI**

OBJETIVO: Recabar información pertinente, para determinar la incidencia de los Sitios web de promoción turística y la dinamización del mercado turístico.

CUESTIONARIO

Lea detenidamente las siguientes preguntas y marque con una (x) su respuesta.

1. ¿Creé usted que un sitio web es un gran canal publicitario?

Si () No ()

2. ¿Creé usted que el internet pueda promocionar de mejor manera el cantón Saquisilí?

Si () No ()

3. ¿Qué servicios piensa Ud. que debería tener un sitio web?

Mapas de la ciudad () Recursos y Atractivos turísticos ()

Restaurantes () Alojamiento ()

Todas las anteriores ()

4. ¿Creé Ud. que el cantón Saquisilí posee las características necesarias para la realización del turismo?

Si () No ()

5. ¿Conoce Ud. algún sitio web que tenga información del cantón Saquisilí?

Si () No ()

6. ¿Cree Ud. que un sitio web ayudaría en la economía del cantón?

Si () No ()

7. Desde su punto de vista, piensa usted que Saquisilí posee las actividades necesarias para ofertar actividades turísticas?

Si () No ()

8. Desde su enfoque, de qué manera se ha venido promocionando el turismo en el Cantón Saquisilí?

Radio () Televisión ()

Material impreso () Internet ()

Ninguna de las anteriores ()

9. ¿Qué características debe tener un sitio web para llamar la atención del turista potencial?

Fotos () Historia ()

Animación ()

10. Estaría de acuerdo en que se debería crear sitios web para impulsar la dinamización del mercado turístico en el Cantón Saquisilí?

Si () No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexos N° 2 Parque La Concordia



Fuente: Municipio del cantón Saquisilí

Modificado por: Torres, María

Anexo N° 4 Virgen del Quinche Patrona del Cantón Saquisilí



Elaborado por: TORRES, María (2012)

Anexo N° 5 Monumento a la Madre Parque la Concordia



Elaborado por: TORRES, María (2012)

Anexos N° 6 Municipio del Cantón Saquisilí



Elaborado por: TORRES, María (2012)