



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

MODALIDAD PRESENCIAL

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

Tema:

**“LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SUCRE Y SU
IMPORTANCIA ACTUAL EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL
CANTÓN PATATE, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

Autor: Chicaíza Ortega Miguel Sebastián

Tutor: Ing. Mg. Toledo Villacis Marco Antonio

Ambato-Ecuador

2015

**APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE
GRADUACIÓN O TITULACIÓN**

CERTIFICA:

Yo, Ing. Mg. Toledo Villacis Marco Antonio con C.C. 180307683-3 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SUCRE Y SU IMPORTANCIA ACTUAL EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PATATE, PROVINCIA DE TUNGURAHUA” desarrollado por el estudiante Chicaíza Ortega Miguel Sebastián, considero que dicho informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, 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.

.....
Ing. Mg. Toledo Villacis Marco Antonio

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, investigación científica, revisión documental y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la Investigación. Las ideas, opiniones y comentarios vertidos en este informe, son exclusiva responsabilidad de su autor.

.....
Chicaíza Ortega Miguel Sebastián

C.C.: 180366612-0

AUTOR

**AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN:**

La comisión de estudio y calificación del informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SUCRE Y SU IMPORTANCIA ACTUAL EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PATATE, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, presentada por el Sr. Chicaíza Ortega Miguel Sebastián, de la Carrera de Turismo y Hotelería, una vez revisada y calificada la investigación, APRUEBA en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios:

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

LA COMISIÓN

.....

Lic. Mg. Adolfo Ricardo Guamán Guevara

C.I. 1802831223

.....

Lic. Mg. José Luis Nuñez Muñoz

C.I. 1803082849

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: “LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SUCRE Y SU IMPORTANCIA ACTUAL EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PATATE, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.

Chicaíza Ortega Miguel Sebastián

C.C.: 180366612-0

AUTOR

DEDICATORIA.

Dedico esta tesis a mis amados padres, por su persistencia, enseñanzas y valores que viven en cada parte de mí, a mi núcleo familiar quienes han sido pilar fundamental en este proceso de superación académica, dándome fuerza y valor para continuar hacia adelante.

AGRADECIMIENTO

Agradeciendo principalmente a Dios todo poderoso, y a mis padres por guiar mis pasos, que con sus enseñanzas y paciencia apoyándome desde el principio para que sea posible la culminación de este periodo de formación académica.

A mis maestros por ser parte de este proceso de graduación con paciencia y liderazgo para lograr culminarlo con felicidad y satisfacción.

Finalmente a la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, a la carrera de Turismo y Hotelería formado por un grupo de docentes de alta calidad los cuales han sido base fundamental en este proceso.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
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
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA.	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
INTRODUCCIÓN	xix
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA	1
1.1. TEMA.....	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2.1. Análisis crítico	5
1.2.3. Prognosis	6
1.2.4. Formulación del problema	6
1.2.5. Interrogantes (subproblemas).....	7
1.2.6 Delimitación de la investigación	7
1.1. JUSTIFICACIÓN.....	8
1.2. OBJETIVOS.....	9
1.2.1. General:.....	9
1.2.2. Específicos:.....	9

CAPÍTULO II	10
MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	10
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	11
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	12
2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	13
2.4.2 Fundamentación Teórica.....	16
2.4.2.1 Fundamentación Teórica de la Variable Independiente.....	16
Centros de importancia de la parroquia Sucre	17
Recursos turísticos naturales y culturales	19
Uso de los atractivos naturales.....	20
Turismo activo y de naturaleza	20
Turismo rural.....	21
Turismo de aventura.....	22
Turismo de interés especial.....	22
Ubicación geográfica de la parroquia Sucre	23
Cascada Mesa Tablón (chorro grande)	23
Parque Nacional Los Llanganates	24
Historia y cultura de la parroquia Sucre.....	24
Símbolos parroquiales.....	24
Rasgos culturales de la parroquia Sucre.....	25
Museo de la parroquia Sucre.....	25
Sus fiestas.....	25
Actividad turística	27
Producto Turístico.....	27
2.4.1.2 Fundamentación Teórica de la Variable Dependiente	34

Desarrollo turístico sostenible (Sumak Kausay)	34
El impacto económico del turismo.....	36
Actividad económica de la parroquia Sucre.....	37
Infraestructuras y servicios turísticos.....	38
Infraestructura turística	38
Talento Humano.....	40
Oferta y demanda turística	43
2.5 HIPÓTESIS.....	54
2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.....	54
CAPÍTULO III.....	55
METODOLOGÍA	55
3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	55
3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	55
3.3. NIVEL O TIPO DE LA INVESTIGACIÓN	56
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	56
3.4.1 Población.....	56
3.4.2 Muestra: N= 399	58
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	59
3.7 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	62
CAPÍTULO IV.....	63
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	63
4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS	63
4.2.4 Especificación de lo estadístico	76
4.2.5 Especificación de las regiones de aceptación o rechazo	77
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014).....	77
4.2.8 Toma de decisión	79

CAPÍTULO V	80
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	80
5.1 CONCLUSIONES	80
5.2 RECOMENDACIONES	81
LA PROPUESTA.....	82
6.1 DATOS INFORMATIVOS	82
6.1.1 Título:.....	82
6.1.2 Institución ejecutora.....	82
6.1.3 Beneficiarios	82
6.1.4 Ubicación	82
6.1.5 Tiempo estimado para la ejecución.....	82
6.1.6 Equipo técnico responsable.....	82
6.1.7 Costo	83
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	83
6.4 OBJETIVOS	85
6.4.1 General	85
6.4.2 Específicos	85
6.5.1 Aspecto social:	86
6.5.2 Aspecto político:	86
6.5.3 Aspecto económico:	86
6.5.4 Aspecto cultural:	86
6.5.5 Aspecto de equidad de género:	86
6.5.7 Aspecto organizacional:	87
6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA-TÉCNICA	87
6.7 METODOLOGÍA	89
6.7.1 Modelo operativo	89

Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014).....	90
6.7.2. Desarrollo de la propuesta.....	91
6.7.2.3.1 Análisis FODA de la parroquia Sucre.....	96
6.7.2.4 Definición de la misión y visión de lo propuesta.....	97
Misión:	97
Visión:	97
6.7.2.5 Inventario de recursos turísticos y diseño de la ruta	97
6.7.2.5.1 Inventario de recursos turísticos.....	97
6.7.2.5.7 Diseño de los productos turísticos.....	113
6.7.2.5.8 Esquemas de rutas:	120
Recorrido del paseo 2.....	121
Recorrido del paseo 3.....	122
Recorrido del paseo 4.....	123
Recorrido del paseo 5.....	124
Recorrido del paseo 6.....	125
Recorrido del paseo 7.....	126
6.7.2.6. Diseño de la Estrategia.....	127
6.7.2.6.1. Etapa IV: Estrategia de promoción	127
SEÑALÉTICAS	137
Estrategia de capacitación a la comunidad.....	139
6.8. Presupuesto General.....	139
6.9. Cronograma de la aplicación de la estrategia.....	141
6.11. PLAN DE MONITOREO Y EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA	143
BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA	144
Bibliografía	144

INDICE CUADROS

3.5.1. Cuadro 1: Variable independiente: Recurso Turístico	59
3.5.2. Cuadro 2: Variable dependiente: Desarrollo Turístico	60
Cuadro 3: Plan de recolección de información	61
Cuadro 4 .- Encuesta Parroquia Sucre.....	63
Cuadro 5.- Encuesta Parroquia Sucre.....	65
Cuadro 6.- Encuesta Parroquia Sucre.....	66
Cuadro 7.- Encuesta Parroquia Sucre.....	67
Cuadro 8 .- Encuesta Parroquia Sucre.....	69
Cuadro 9.- Encuesta Parroquia Sucre.....	70
Cuadro 10 Encuesta Parroquia Sucre	71
Cuadro 11 Encuesta Parroquia Sucre	73
Cuadro 12 Encuesta Parroquia Sucre	74
Cuadro N 13 Descripción de la Población	76
Cuadro N 14 Grados de Libertad	77
Cuadro N 15 Frecuencias Observadas	77
Cuadro N 16 Frecuencias separadas	78
Cuadro N 17 Calculo del Chi Cuadra	78
Cuadro N.-18 Modelo Operativo	90
Cuadro N 19 Análisis FODA de la parroquia Sucre	96
Cuadro N.- 20 Recursos Turísticos Sacha Pato	98
Cuadro N.-21 Inventario Turístico Laguna Yanacocha	99
Cuadro N.-22 Inventario Turístico Laguna El Pujín.....	100
Cuadro N.-23 Inventario Turístico Mirador Pulpito	101
Cuadro N.-24 Inventario Turístico Rio Quillоторo	102
Cuadro N.- 25 Inventario Turístico Chorrera Caniluco	103

Cuadro N.- 26 Inventario Turístico Lagunas de Sudahua.....	104
Cuadro N.- 27 Inventario Turístico Centro Cultural , Artesanal y Ancestral El Sucre.....	105
Cuadro N.- 28 Inventario Turístico Cementerio Arqueológico	106
Cuadro N.- 29 Inventario Turístico Iglesia de San Francisco	107
Cuadro N.- 30 Inventario Turístico Grupo Étnico	108
Cuadro N.- 31 Inventario Turístico Octavos de Corpus Christi.....	109
Cuadro N.-32 estrategia de Diseño	127
Cuadro N.-33 Alianzas Estrategicas	129
Cuadro N.-34 Estrategias de Impresos.....	129
Cuadro N.-35 Estrategias de Publicidad	132
Cuadro N.-36 estrategias para aplicación de Spot	134
Cuadro N.-37 Presupuestos de Medios radiales.....	135
Cuadro N.-38 Estrategias de Señalética.....	136
Cuadro N.- 39 Estrategias de Capacitación a la Comunidad	139
Cuadro N.- 40 Presupuesto General de las Estrategias	139
Cuadro N.-41 Cronograma de las Estrategias	141
Cuadro N.- 42 Plan de Monitoreo	143

ÍNDICE GRAFICOS

Gráfico 1: Árbol de problemas.....	5
Gráfico 2: Gráficos de inclusión (Superordinación conceptual).....	13
Gráfico 3: Constelación de Ideas de la primera variable	14
Gráfico 4: Constelación de ideas de la segunda variable.....	15
Gráfico 5 Encuesta Parroquia Sucre	64
Gráfico 6.- Encuesta Parroquia Sucre	65
Gráfico 7.- Encuesta Parroquia Sucre	66
Gráfico 8.- Encuesta Parroquia Sucre	68
Gráfico 9.- Encuesta Parroquia Sucre	69
Gráfico 10. Encuesta Parroquia Sucre	70
Gráfico 11.- Encuesta Parroquia Sucre	72
Gráfico 12 Encuesta Parroquia Sucre	73
Gráfico 13 Encuesta Parroquia Sucre	74
Gráfico N.-14 Diseño del plan de promoción turística	94
Gráfico N.- 15 Recorrido de Paseo 1	120
Gráfico N.- 16 Recorrido del Paseo 2	121
Gráfico N.- 17 Recorrido del paseo	122
Gráfico N.- 18 Recorrido Paseo 4	123
Gráfico N.- 19 Recorrido Paseo 5	124
Gráfico N.- 20 recorrido Paseo 6	125
Gráfico N.- 21 Recorrido Paseo 7	126
Gráfico N.- 22 Marca Turística.....	128
Gráfico N.- 23 Triptico	130
Gráfico N.- 24 Afiche	131
Gráfico N.- 25 Valla Publicitaria	133

Gráficos N.- 26 y 27 Señaléticas.....	137
Gráficos N.- 28 y 29 Señaléticas.....	137
Gráficos N.- 30 y 31 Señaléticas.....	138
Gráfico N.- 32 Señaléticas	138

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA

EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SUCRE Y SU IMPORTANCIA ACTUAL EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN PATATE, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.

El proyecto presentado a continuación tiene como objetivo principal investigar la importancia que tienen los recursos turísticos de la parroquia Sucre en el desarrollo actual del cantón Patate.

La investigación se basa en resolver el presente problema y conocer la importancia que tienen los recursos turísticos en el desarrollo de la actividad turística de la Parroquia Sucre tomando en cuenta la opinión de los habitantes, autoridades y visitantes que a menudo acuden a este lugar realizando encuestas personalizadas las mismas que ayudaran a concluir que la información turística no es la acertada, poniendo especial atención tanto en prestar capacitación a los habitantes y autoridades de la zona para hacer que esta actividad sea generadora de plazas de empleo y ayude al bienestar económico de las familias que allí habitan.

A lo que se presenta la propuesta de elaborar un plan de promoción turística que permita mejorar la afluencia de los turistas a la parroquia Sucre del Cantón Patate, cuyo objetivo será dar a conocer y difundir los recursos turísticos allí existentes, y que refleje la imagen turística de la misma dando como resultado un distintivo en el mercado para el interés del turista y cuyo objetivo principal es hacer que la parroquia Sucre y el cantón Patate se desarrollen turísticamente.

Palabras claves:

Recursos turísticos, plan, desarrollo turístico, diseño, inventario, importancia, información, investigación, promoción, marca.

INTRODUCCIÓN

El actual trabajo de investigación cuyo objetivo principal es investigar la importancia que tienen los recursos turísticos de la Parroquia Sucre en el desarrollo del turismo actual del Catón Patate, a lo que se propuso elaborar un plan de promoción turística que permita mejorar la afluencia de los turistas a la parroquia. El mismo que está organizado de la siguiente manera:

Capítulo I

Se detalla el problema y su importancia, los objetivos que se pretenden alcanzar al concluir este estudio.

Capítulo II

Parte del antecedente investigativo se establece el enfoque crítico propositivo y las categorías fundamentales como soporte científico para al final establecer la hipótesis.

Capítulo III

Se detalla la metodología a seguir, su modalidad básica, tipos de investigación, se toma en cuenta la población y muestra con que se realizó el estudio investigativo, se da a conocer cómo se recogió y proceso la información.

Capítulo IV

Se ejecutó el análisis e interpretación de resultados mediante la representación en gráficos y cuadros de datos obtenidos durante la investigación.

Capítulo V

Acopia las conclusiones logradas en el trabajo de investigación y plantea las recomendaciones fijadas para las autoridades y habitantes de la parroquia Sucre.

Capítulo VI

Se detalla la propuesta a seguir para dar solución al problema de inexistencia de promoción turística de Sucre.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. TEMA

“Los recursos turísticos de la parroquia Sucre y su importancia actual en el desarrollo turístico del cantón Patate, provincia de Tungurahua”

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Contextualización:

Antes de la conquista de los españoles, las tierras que conforman la provincia de Tungurahua, estuvieron habitadas por los altivos Hambatus, pueblo independiente que a su vez estaba dividido en cuatro tribus: Quisapinchas, Yzambas, Guachis y Píllaros; y aunque no existieron en su territorio ciudades muy populosas, éste se caracterizó por su riqueza agrícola y la benignidad de su clima.

Instaurada la República del Ecuador, al dictarse las primeras leyes de división territorial formó parte desde el 10 de octubre de 1851 de la provincia de León (Cotopaxi), jurisdicción a la que perteneció hasta el 3 de julio de 1860 en que fue creada la provincia de Ambato, que finalmente fue constituida como provincia del Tungurahua el 29 de mayo de 1861, durante el primer gobierno del Dr. Gabriel García Moreno. La Provincia de Tungurahua es una región que tiene mucho que mostrar a los visitantes, tierra de escritores, poetas e imponentes volcanes, lagunas y cascadas. Tungurahua está rodeada de naturaleza, un agradable clima y gente amable que hace sentir al turista como si estuviera en casa. Es una provincia de gran movimiento comercial, lo cual se siente en la atmósfera y de gran atractivo turístico. Según un amplio inventariage técnico realizado por el Ministerio de Turismo a través de la Dirección Provincial de Tungurahua, esta provincia cuenta con 298 atractivos repartidos en todos los cantones de la misma. Al respecto es necesario matizar esta información. En Tungurahua se ha venido desarrollando importantes cambios en el turismo, se está pasando de un turismo común, hacia un turismo más humano, de esta manera satisfacer a los turistas con nuevas experiencias y conocimientos, en los cantones ya se está poniendo en práctica este tipo de turismo para que el visitante se lleve una buena impresión y un grato recuerdo de la provincia, lastimosamente a pesar de tener vistosos atractivos en los cantones de Tungurahua solo se desarrolla el turismo en Baños y Ambato, en la actualidad se está realizando planes para dar a conocer el resto de cantones. (Paéz, 2011)

Este es un territorio de gran potencial para el desarrollo turístico, pues posee numerosos atractivos para un buen desarrollo de los diferentes tipos de turismo, pero así mismo características limitantes principalmente de tipo social que hacen que las estrategias de desarrollo deban ser bien diseñadas y ejecutadas. La buena dotación natural y cultural de atractivos del cantón, no ha sido aprovechada para el beneficio y bienestar de la población, el nivel de aprovechamiento existente es limitado y

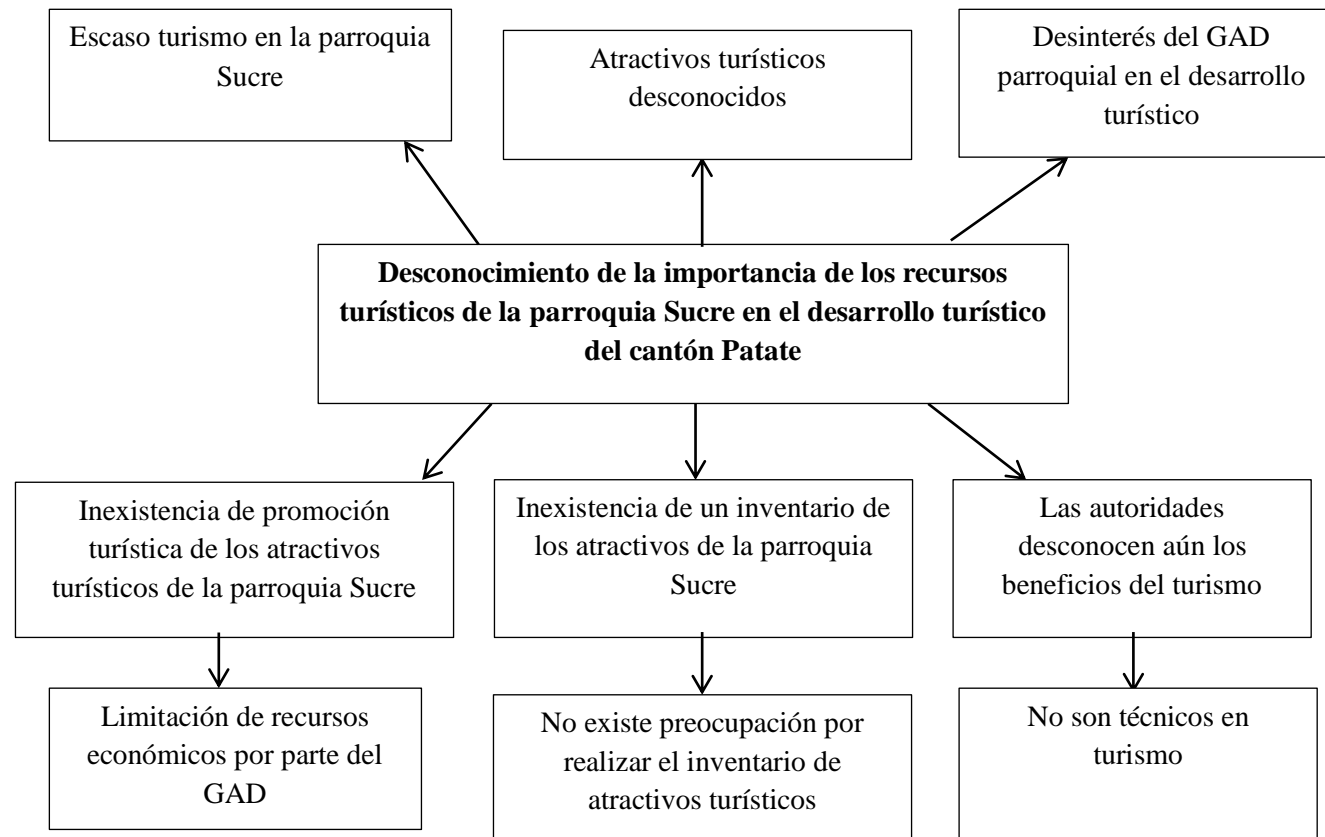
mayormente generado por factores externos, que dejan poco rédito para la población local. “La demanda para los atractivos turísticos del Cantón Patate no ha sido estudiada, sin embargo se estima que la demanda efectiva es baja en virtud de la falta de funcionamiento de la cadena de valor del turismo en el territorio cantonal. La demanda potencial, en cambio, se estima alta, en función de la gran diversidad y cantidad de los atractivos turísticos, tanto naturales como culturales”, que son ideales para el turismo, tales como el turismo ecológico, agroturismo y comunitario, Patate con su gran potencial turístico cuenta con limitaciones tanto por autoridades de turno como habitantes.

La parroquia Sucre del cantón Patate, anteriormente llevaba el nombre de Patate Urco, que luego fue considerada con el nombre parroquia Sucre como un reconocimiento al gran mariscal Antonio José de Sucre quien junto a Bolívar consiguió la Libertad de los pueblos del Ecuador. La fecha de creación de la parroquia fue el 26 de marzo de 1886, sus principales personajes fueron José Tomas Plaza, Asencio Quispe, Calixto Llagloa, etc. De otra forma, a pesar de tener las condiciones necesarias para ser visitado, el turismo no ha sido impulsado de una manera adecuada, de tal forma que la comunidad local básicamente se dedica a la agricultura y la ganadería, pero dicha actividad no ha permitido el desarrollo socioeconómico ni tampoco de alguna manera se ha podido difundir los atractivos naturales y culturales que allí existen, ya que no se ha podido generar los suficientes recursos básicos, lo que ha orillado a sus habitantes a la migración tanto hacia las grandes ciudades del Ecuador como hacia el extranjero. En el futuro mediante la intervención del presente proyecto de investigación se pretende que la parroquia Sucre del cantón Patate, se encamine en vías de desarrollo en lo que concierne al aspecto turístico, de forma que sus habitantes en un determinado periodo de tiempo, comiencen a tener cambios mediante la obtención de los beneficios que el turismo brinda siendo este un factor positivo para que los pobladores del lugar

exploten y den a conocer a las personas de afuera lo que poseen y se sientan realizados turística y económicamente. (Soria , 2010).

1.2.1. Análisis crítico

Gráfico 1: Árbol de problemas



Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

En la actualidad el desconocimiento de la importancia que tienen los recursos turísticos de la parroquia Sucre en el desarrollo turístico del cantón Patate, se produce por varios factores como la inexistencia de promoción turística de los atractivos que existen en la parroquia, la carencia de recursos económicos por parte del GAD parroquial, la carencia de un inventario de atractivos existentes de lo cual nadie se ha interesado en realizar, y que las autoridades no entienden que los beneficios del turismo incide en el desarrollo de la parroquia; de manera que tampoco se cuenta con un técnico en turismo, ha repercutido y dado paso a que sean las causas para que estos recursos no se aprovechen adecuadamente, surtiendo efecto en la poca promoción del turismo en la zona y que se pierdan ingresos económicos para el beneficio de los habitantes del lugar, a su vez que no se promoció y difundió los atractivos naturales, culturales y gastronómicos que ofrece la localidad de forma correcta, ocasionando la escasa oferta turística por el desconocimiento de los recursos turísticos y el desinterés del GAD en no hacer nada por el beneficio y desarrollo de su comunidad.

1.2.3. Prognosis

Si no se realiza la presente investigación sobre los recursos turísticos de la parroquia Sucre y su importancia actual en el desarrollo turístico de cantón Patate, provincia de Tungurahua, será causa para que no existan mecanismos para difundir el turismo y los atractivos turísticos no se explotarán correctamente.

1.2.4. Formulación del problema

¿Cómo los recursos turísticos de la parroquia Sucre inciden en la importancia actual en el desarrollo turístico del cantón Patate, provincia de Tungurahua?

1.2.5. Interrogantes (subproblemas)

¿Qué tipo de tácticas se podrían emplear para la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia Sucre, Cantón Patate?

¿Qué medidas se puede desarrollar para que los dirigentes entiendan y ayuden al desarrollo del turismo de la parroquia Sucre, Cantón Patate?

¿Qué técnicas se pueden emplear para difundir los recursos turísticos de la parroquia Sucre, Cánton Patate?

1.2.6 Delimitación de la investigación

Campo: Gestión Turística

Área: Turismo

Aspecto: Desarrollo del turismo

Delimitación Espacial

La investigación se dará a cabo en la parroquia Sucre del Cantón Patate, Provincia de Tungurahua.

Delimitación Temporal

La presente investigación se efectuará en los meses de Octubre de 2014-Mayo 2015.

1.1. JUSTIFICACIÓN

La investigación es de suma importancia dentro del turismo, ya que la Parroquia Sucre del Cantón Patate cuenta con atractivos turísticos que aún no son aprovechados de manera correcta, teniendo en cuenta el impacto que tiene en la promoción y difusión con respecto al turismo de la misma.

Si existen investigaciones con respecto a la temática de recursos turísticos que inciden en el desarrollo del Cantón Patate, por lo que la investigación es de mucha importancia para el desarrollo de la Parroquia Sucre, de manera que será un ente positivo y productivo en relación al turismo que ayude económicamente y socialmente a las personas que allí habitan.

Mediante la investigación a ejecutarse, los encargados de la Parroquia Sucre podrán obtener información de cómo dar a conocer a la sociedad el potencial turístico con los que ellos cuentan.

Desde el punto de vista social se producirá alternativas de empleo en el sector turístico de manera que se difundirá y promocionará los atractivos de la Parroquia Sucre para de esta forma dar conocimiento al público que no está relacionado al lugar y poder explotar los recursos naturales que allí existen.

El estudio a realizarse es de factibilidad, de manera que contando con los adecuados recursos y de los cuales formo parte como investigador y con el apoyo e interés de las diferentes entidades de la parroquia, las mismas que están enroladas al turismo, la cultura y la educación.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. General:

- Investigar la importancia que tienen los recursos turísticos de la parroquia Sucre en el desarrollo del turismo actual del cantón Patate.

1.2.2. Específicos:

- Desarrollar una estrategia para promocionar los atractivos turísticos de la parroquia Sucre.
- Generar un inventario turístico de la parroquia Sucre, cantón Patate.
- Desarrollar una propuesta que permita solucionar el problema detectado en la investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Una vez revisada el repositorio de tesis de la biblioteca de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato y refiriéndose al tema de investigación en relación y cuestión con otros temas, se encontró y relacionó con lo siguiente:

“Los recursos turísticos naturales y su incidencia en el desarrollo de la actividad turística de la parroquia Los Andes, cantón Patate, provincia de Tungurahua” donde sus conclusiones fueron:

“La mayor parte de los turistas que visitan la parroquia Los Andes procede de la zona central del país y especialmente de las ciudades y lugares aledaños de la parroquia” (Gómez, 2013)

“La mayor parte de los visitantes no tienen la suficiente información acerca de los atractivos turísticos de la parroquia Los Andes, al no existir ningún tipo de promoción en medios de comunicación masiva sobre los mismos”.

Tesis “Estrategias direccionadas a potencializar el turismo y su incidencia en el desarrollo turístico del cantón Patate, provincia de Tungurahua en el período enero-octubre del 2011” concluye lo siguiente:

“Desarrollar estrategias en un Cantón para que el turismo se potencialice es muy importante pues de esta manera se sabe realmente cuál de ellas será la mejor para dar a conocer Patate turísticamente” (Paéz, 2011).

“Dentro de un plan operativo se establece que un plan de marketing es muy necesario en cualquier ámbito pues en base a estos pasos el Cantón Patate puede llegar a ser promocionado y visitado como un destino privilegiado en el país”.

Comentario:

Por otra parte, desde el punto de vista de la presente investigación las conclusiones anteriormente mencionadas son relevantes en lo que concierne acerca de los recursos turísticos y la importancia que tiene la difusión y promoción de los mismos para el desarrollo turístico de la parroquia Sucre y su incidencia actual en el desarrollo del cantón Patate, ya que no existen datos que hagan referencia exacta de manera que no se ha ejecutado ningún tipo de investigación en el lugar.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

El paradigma de la investigación es de carácter crítico-propositivo, esto quiere decir que se ejecutará un análisis crítico de los aspectos de relevancia para desarrollar la presente tesis la cual permitirá ejecutar una propuesta que aporte a la sociedad y que de paso al desarrollo del turismo de la parroquia Sucre, cantón Patate.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

LEY DE TURISMO CAPÍTULO IX PATRIMONIO AUTÓNOMO

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

Este patrimonio autónomo estará gobernado por el Consejo de Promoción del Turismo del Ecuador; que estará conformado por el Ministro de Turismo, o su delegado; el Ministro de Relaciones Exteriores, o el Subsecretario del Ministerio de Relaciones Exteriores a cargo de asuntos económicos como su delegado; y por el Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo FENACAPTUR, o, su delegado. El Ministro de Turismo tendrá voto dirimente. También formarán parte de este Consejo con voz, pero sin voto 3 delegados de los organismos gremiales de turismo reconocidos por el Ministerio de Turismo, los cuales serán elegidos por un colegio electoral a cargo de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo FENACAPTUR, quienes deberán tener experiencia empresarial en mercadeo y recogerán el criterio de todas las organizaciones nacionales de turismo. (Turismo, Faolex, 1997)

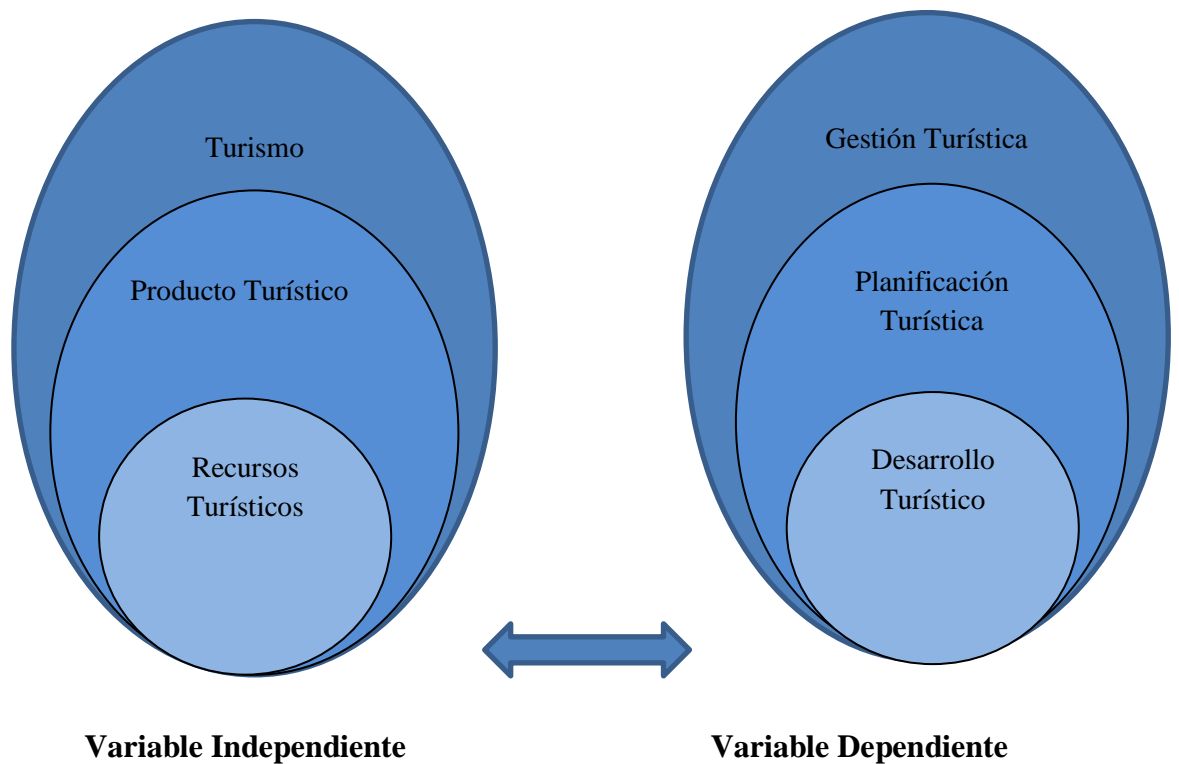
De otra forma, es importante tener presente lo manifestado en la Ley de Turismo del Ecuador, recalando el siguiente artículo:

Según el capítulo IV de la Ley de Turismo en uno de sus ítems nos dice que es atribución del Ministerio De Turismo promover y fomentar todo

tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades; (Turismo, Hoteles Ecuador, 1997)

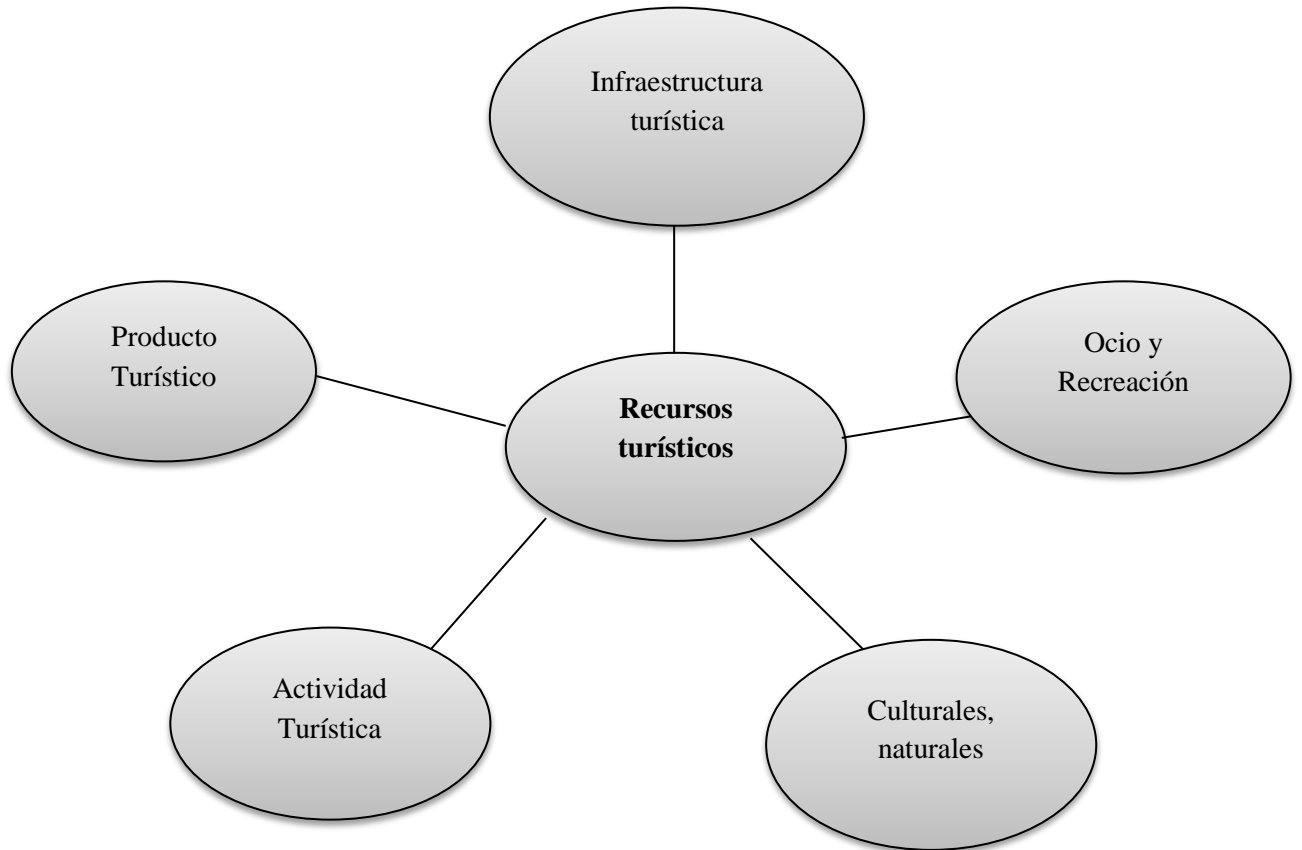
2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Gráfico 2: Gráficos de inclusión (Superordinación conceptual)



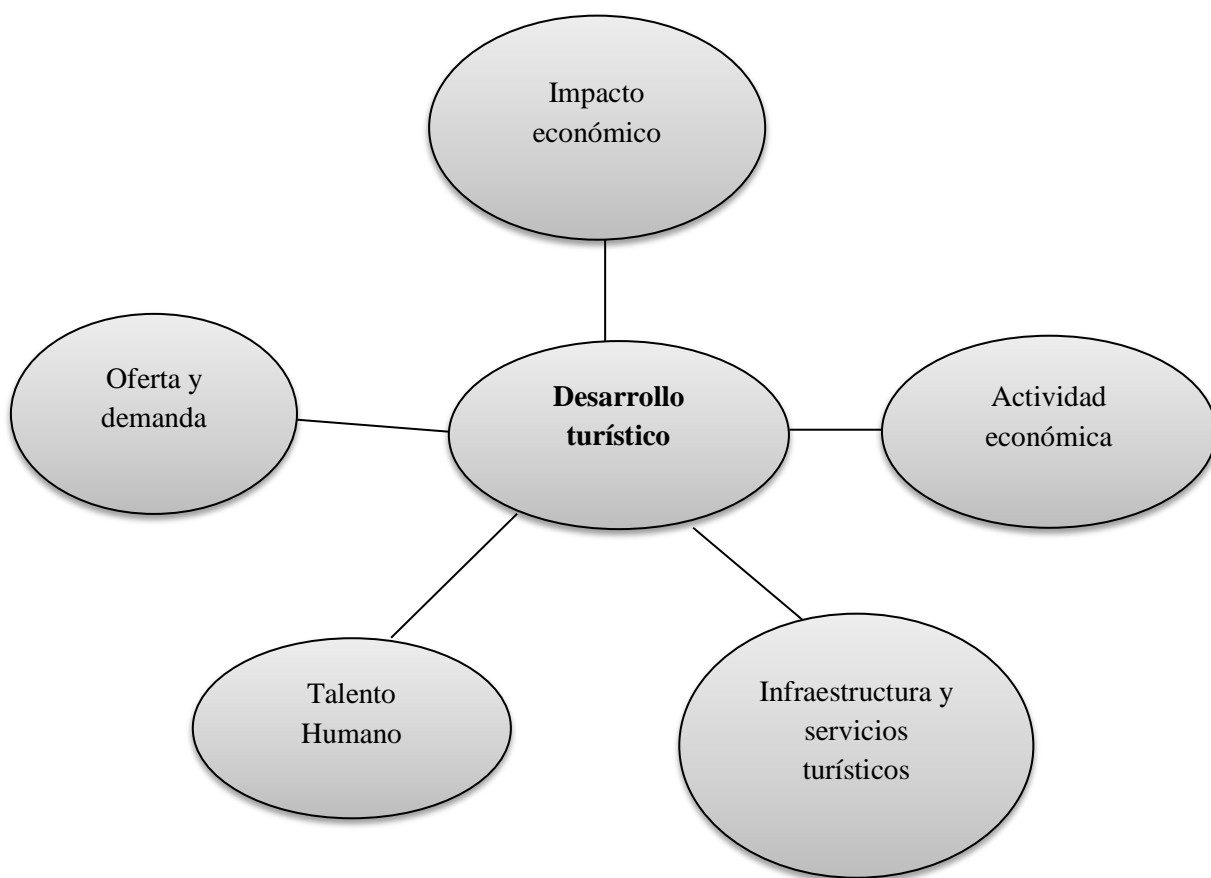
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Gráfico 3: Constelación de Ideas de la primera variable



Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Gráfico 4: Constelación de ideas de la segunda variable



Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

2.4.2 Fundamentación Teórica

2.4.2.1 Fundamentación Teórica de la Variable Independiente.

Recursos turísticos

Es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico cultural. (Paéz, 2011)

Es el elemento capaz de atraer en combinación con otros, visitantes con motivos de turismo, ocio o recreación. Estos recursos pueden ser:

- Existentes / Creados
- Básicos / Complementarios
- Actuales / Potenciales

En definición es la vocación o aptitud turística de un emplazamiento determinado y en la elección de alternativas más favorables para el desarrollo turístico, será el análisis de la potencialidad y eficacia de los recursos turísticos localizados en el territorio, y muy específicamente su aptitud para ser transformados en productos turísticos que se muevan en la longitud de onda de los requerimientos demandados por el mercado.

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. De ahí que, en sentido laxo, se entienda como recurso o atractivo turístico aquellos elementos que provocan, incentivan o motivan el desplazamiento turístico.

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.

La identificación de los recursos turísticos se lleva a cabo normalmente mediante la confección de un listado de recursos y emplazamientos con potencialidad y posibilidad de explotación turística, por ello se procede a la elaboración de un inventario o catálogo de recursos turísticos, es decir, una relación de los recursos turísticos de un área territorial determinada, donde los mismos se enumeran, clasifican y describen mediante una metodología. El problema radica en la inexistencia de una base metodológica comúnmente aceptada de cara a la configuración de dicho inventario. (Calderón Vázquez, 2007).

Centros de importancia de la parroquia Sucre

Las instituciones públicas existentes en el lugar son: Tenencia política, Junta Parroquial, Destacamento de policía, Oficina del Registro Civil, instituciones cuya atención lo realizan en la casa parroquial que se encuentra en el barrio Central. Además cuenta con otras instituciones como Centro de Salud, Junta de Agua para consumo Humano, Asociación de productores Sucre Hacia el Futuro y asociación agro turística Nuevo Amanecer del Caserío Poatug.

Ocio y recreación

Para entender el verdadero significado del turismo es importante entender lo que es el tiempo libre, la recreación y el ocio, y de la importancia de éstos tres elementos en la actividad turística.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) ésta es la definición de turismo:

“... turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual, por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos...” (Paéz, 2011).

Ahora bien, lo primero que se debe de saber es la importancia del tiempo libre y lo que implica en la presencia de una persona. Según la UNESCO "el tiempo libre es aquel, del cual dispone el individuo, fuera de sus necesidades inevitables y obligaciones profesionales, familiares y sociales”, por lo tanto el tiempo libre es una parte específica del tiempo de la sociedad.

El tiempo disponible socialmente determinado para realizar actividades recreativas, no es tiempo de recreación ni tiempo libre, sino que lo es cuando se dan ciertas condiciones socio-económicas que permitan satisfacer las necesidades humanas vitales. En síntesis, el tiempo libre se dará siempre y cuando hayamos satisfecho nuestras necesidades básicas y obligatorias y dispongamos de recursos económicos y sociales para poder utilizar nuestro tiempo libre. Por ejemplo, un empleado que trabaje 15 horas al día, los 6 días a la semana y que no tenga vacaciones no dispondrá de tiempo libre, ya que si bien es cierto tiene recursos económicos, en éste caso la sociedad (la empresa) no le brinda los recursos necesarios. Por otro lado, si un empleado trabajo 8 horas al día y 6 días a la semana, y sumado a esto la empresa programa sus vacaciones pagadas, podremos decir que ésta persona tiene tiempo libre para actividades de recreación u ocio.

La formación de una cultura del tiempo libre es la creación en la población de la capacidad de disfrutar plenamente y de forma diversificada las alternativas que la sociedad ofrece. Es la formación de una personalidad creativa, culta y sana, que conozca lo que le rodea y su sociedad de la forma

más amplia posible, y que encuentre vías de realización y de expresión en campos diversos de la sociedad; con esto podremos entender qué es el ocio, que no es más que la utilización que la persona le da a su tiempo libre.

La recreación es la forma como el ser humano se relaja, divierte para aliviar el trajín producido por la realización de las diferentes actividades obligatorias. Cada quién elige la forma en que lo hace, muchos se dedican a coleccionar cosas, o a la música. Y muchos de ellos mediante el turismo.

Recursos turísticos naturales y culturales

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

Los atractivos naturales mueven a los individuos para su disfrute visual de descanso, de ocio o deporte.

La actividad turística, como opinión, es sumamente sensible a la calidad del producto ofrecido, y no solamente al alojamiento y a la comida, y esta calidad del producto marcará la calidad del turismo; un medio ambiente que se va degradando recibe un turismo cada vez de más baja calidad y más de masas (por baja en los precios y por la calidad de lo que demanda el turismo de masas), con el siguiente agravamiento del deterioro medioambiental.

Si la calidad de la oferta de atractivos es elevada, el turismo poco a poco va elevando su nivel, y no solo por la elevación de precios.

Uso de los atractivos naturales

Los atractivos naturales básicos necesitan de un complemento tecnológico de alojamiento e infraestructura diversa que faciliten el acceso y la estancia del turista en condiciones agradables para este.

El atractivo natural, al unirse a ese complemento, toma un valor social y el turismo se va especializando en alguno o algunos de estos atractivos.

Turismo activo y de naturaleza

El turismo de naturaleza es un concepto muy amplio pero, en conjunto, el tipo de productos y actividades turísticas asociadas a los espacios naturales (visitar áreas protegidas, senderismo...) y a la avifauna responden a las tendencias actuales del mercado turístico, y son muy poderosos a la hora de la promoción y la comercialización por su alto valor experiencial.

El senderismo es una actividad ampliamente practicada en todos los países desarrollados que se encuentra en expansión ya que se adapta a un amplio abanico de motivaciones, edades y condición física. Por ejemplo, se considera que hay al menos 3 millones de “verdaderos” senderistas en Italia y Francia o 10 millones en el Reino Unido.

Las motivaciones de los senderistas son varias destacando:

- Una naturaleza intacta: Las motivaciones vinculadas a la naturaleza están siempre presentes: búsqueda de un entorno bien conservado, contemplación del paisaje... En particular, los alemanes, austríacos y escandinavos buscan espacios naturales intactos. Sin embargo, el senderista no busca el riesgo.

- Reencuentro con el propio cuerpo: La búsqueda del bienestar físico es una motivación importante en el senderismo, ya que permite realizar un esfuerzo moderado en un entorno controlado. Esta motivación está muy presente entre las mujeres y los turistas de más edad.
- El descubrimiento: también forma parte del senderismo ya que caminar permite descubrir el patrimonio natural y cultural de una región.

Hay que tener en cuenta que si bien el senderismo se vincula más con un planteamiento de ocio que con un deporte, parece que suscita una gran afición entre sus practicantes. Eso significa que la ausencia de oferta de senderismo o de paseos puede hacer que estos turistas potenciales descarten viajar a un destino, aun cuando ofrezca un territorio de calidad.

La observación de aves es un nicho que ha crecido bastante y en países como Reino Unido, Estados Unidos o Alemania existen asociaciones importantes que agrupan a los aficionados a esta actividad, cuyo número ha aumentado en los últimos años ya que es una actividad que puede practicarse en diferentes entornos y grados de intensidad, apta para un público amplio. (Marin, 2012).

Turismo rural

Ha adoptado un enfoque multisectorial e integrado de la economía rural en el que el turismo rural destaca como una de las actividades más importantes para diversificar la actividad agraria y contribuir a fijar la población rural. Por todo ello, el medio rural ha recibido numerosas ayudas para el desarrollo de este tipo de turismo.

La oferta de turismo rural se centra en alojamiento en casas de agricultores que encuentran en la actividad turística un complemento de sus ingresos, y una forma de relacionarse con personas que habitualmente residen en las ciudades.

En este caso, la oferta de alojamiento se complementa con otras actividades facilitadas por la misma casa rural tales como paseos a pie, a caballo o en bicicleta y comida típica, entre las más comunes. (Marin, 2012).

Turismo de aventura

El turismo de aventura se caracteriza por exigir un esfuerzo físico y por cierto grado de riesgo. Sin embargo, se pueden distinguir dos grandes segmentos:

- **Hard adventure:** exige resistencia física y/o el dominio de deportes de riesgo (rafting de aguas bravas, descenso de barranco, etc. Suele tener lugar en destinos remotos. Los servicios pueden ser básicos y las condiciones de viaje duras, no aptos para todos los públicos.
- **Soft adventure:** puede incluir la práctica de deportes, pero a un nivel accesible para el gran público. En este caso, el sentimiento de aventura y riesgo –aportado por el entorno natural y salvaje- es más percibido que real.

Muchos deportes de aventura como por ejemplo las rutas en kayak o en canoa pueden, en función de su duración, trayecto y ritmo, encajar en ambos segmentos. En principio, la aventura soft puede captar a un mayor número de clientes. (Marin, 2012)

Turismo de interés especial

Existen nichos del mercado con intereses específicos como, por ejemplo, la observación de flora, arquitectura, arqueología, artesanías, gastronomía, ascensión a volcanes, astronomía, etc. Las motivaciones son múltiples pero, en

todos los casos, son segmentos no tradicionales que pueden suponer oportunidades de especialización para destinos y empresas.

Estos tipos de turismo no suelen requerir grandes inversiones en infraestructuras o equipamientos, pero si exigen contar con personal calificado, estar bien organizados y diseñar actividades adaptadas al tema del viaje.

Estos tipos de turismo requieren promoción específica a través de canales especializados. (Marin, 2012)

Ubicación geográfica de la parroquia Sucre

Está ubicada al norte del cantón Patate a 2 Km del parque nacional Llanganates, su poblado se desarrolla a una altura de 2740 m.s.n.m. Sus límites son al norte parroquia Marcos Espinel y la provincia de Napo, al sur Patate y la parroquia el Triunfo, al este parroquias Rio Negro y Rio Verde (cantón Baños de Agua Santa), al oeste parroquia Baquerizo Moreno Cantón Pillaro) y parroquia Los Andes. Tiene una superficie de 132 km² que representa el 52,68 % del territorio cantonal, con una temperatura promedio de 10 a 16 °C con un clima templado húmedo.

La división política de la parroquia se encuentra distribuida en los siguientes barrios: La Floresta, La Florida, San Carlos, San Isidro, Calvario, San Francisco, Barrio Centro, Barrio Comercial, cuenta además con un caserío Poatug.

- Los Andes
- Sucre
- La Matriz
- El Triunfo



(IGM, Mapas Parroquia Sucre, 2015)

Parque Nacional Los Llanganates

Se encuentra en las provincias Tungurahua, Cotopaxi, Napo y Pastaza en la cordillera oriental. El 52% del territorio del cantón Patate forma parte del Parque Nacional Llanganates. Tiene muchos atractivos, especialmente su vegetación exuberante y su fauna incalculable. Cuenta con un complejo lacustre infinito que le da al sector una matriz especial. Tiene grandes extensiones de páramo en donde nacen ríos muy importantes

Es un lugar lleno de leyendas en especial de tesoros, lo cual atrae a turistas extranjeros. El Parque Nacional Llanganates está ubicado en territorios de las regiones andinas y sub andinas de la cordillera oriental, incluyen territorios que van desde los 1.200 m. en las estribaciones orientales hasta la cima del cerro hermoso (4.638 m.) (Vargas, Homero et al., 1998).

Los ecosistemas presentes en el parque son: páramos herbáceos, páramos de bambú enano, bosque siempre verde montano alto, bosque de frailejones, bosque de neblina montano, bosque siempre verde montano bajo.

Historia y cultura de la parroquia Sucre

Anteriormente llevaba el nombre de Patate Urco, que luego fue considerada con el nombre parroquia Sucre como un reconocimiento al gran mariscal Antonio José de Sucre quien junto a Bolívar consiguió la Libertad de los pueblos del Ecuador. La fecha de creación de la parroquia fue el 26 de marzo de 1886, sus principales personajes fueron José Tomas Plaza, Asencio Quispe, Calixto Llagloa etc.

Símbolos parroquiales.

En la actualidad la parroquia cuenta con un solo símbolo parroquial. Bandera: tiene los colores amarillo, rojo y azul. El amarillo por el sol que en época de verano cobija a toda la parroquia, rojo por la sangre derramada por nuestros héroes

por su afán de conseguirla libertad, el azul por las cascadas y ríos que son parte de la parroquia.

Rasgos culturales de la parroquia Sucre

Los pobladores de la parroquia antiguamente utilizaban como atuendo en el caso del hombre: el poncho rojo, pantalón blanco y como calzado sandalias hechas de llanta y, la mujer vestía con: blusa blanca bordada, el anaco ceñido con una faja multicolor y las sandalias de caucho, cuya vestimenta conservan hoy en día solamente los más ancianos, y la mayoría de la población ya no lo utilizan, puesto que se denominan mestizos y utilizan ropa industrializada.

Museo de la parroquia Sucre

El museo arqueológico y cementerio arqueológico que tienen una historia de más de 500 años. Este contiene piezas arqueológicas que pertenecieron a la cultura Puruha y Panzaleo, estas piezas fueron encontradas en las excavaciones que se estaba realizando para el sistema de agua potable. Todas estas reliquias se exponen en la casa parroquial ubicada a un costado de la plaza, en el barrio centro.

Sus fiestas

La parroquia Sucre se identifica especialmente con las siguientes fiestas:

- Fiestas de Carnaval se realiza en el mes de febrero esta fiesta es organizada por el barrio San Carlos en el cual se destaca el desfile folclórico y la corrida de toros de pueblo.
- Fiestas de Parroquialización en el mes de Marzo, es organizada por la Junta parroquial en la cual se destaca el desfile cívico folclórico, el programa de elección exaltación y coronación de la reina parroquial, y presentaciones artísticas.
- Corpus Cristi la misma que se realiza en el mes de Junio, Esta fiesta es organizada por los priostes del barrio El Calvario, destacada por sus juegos

tradicionales como son castillos, la gente se viste de toros con sus caretas con cachos y ropa de trabajo, ceñida con un cabresto extraída de la piel del ganado vacuno.

- Octava de Corpus Cristi la misma que se realiza en junio, esta fiesta es organizada por los priostes del barrio el Centro, se realiza a los ocho días de la fiesta de Corpus Cristi, se destaca el desfile folklórico, la quemada de chamisa, juegos pirotécnicos, el levantamiento de castillos y la gente vestida de toros con su baile típico de la zona que es acompañada con la banda tradicional de música de la zona conformada con el bombo, la flauta, el pingullo, y el acordeón.
- San Francisco se realiza el mes de octubre estas fiestas se realizan en honor al patrono San Francisco, la misma que es organizada por los moradores del barrio que se denomina como tal, son las fiestas religiosas que atrae a muchos devotos.
- Fiesta de caserío Poatug en Honor a la Santísima Cruz se realiza en el mes de Noviembre muy conocidas en el cantón por la interculturalidad, en estas fiestas se destacan los juegos populares como son: la corrida toros, quemada de chamisa, juegos pirotécnicos, presentaciones artísticas entre otras actividades.
- Sus fiestas religiosas y tradicionales que de hecho congregan a muchos visitantes y a antiguos parroquianos que llegan a reencontrarse con su parroquia, familiares y conocidos son las patronales en honor a San Francisco en el mes de octubre. Los actos de mayor concentración de su poblado son las vísperas día en que realizan la quema de chamiza y juegos pirotécnicos, las corridas taurinas populares y la misa con la procesión en la que llevan la imagen de su patrono en hombros por las calles de la parroquia. Todos estos actos son amenizados por la música de la bandas de pueblo. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Sucre, 2010).

Actividad turística

Todas las actividades que los turistas hacen en un destino están determinadas por sus características como consumidores y por lo que el lugar les ofrece para su permanencia y disfrute. Ese conjunto de servicios turísticos, directos e indirectos, conforman el elemento económico del sistema y su funcionamiento, por lo que aquí se explicará fundamentalmente su estructura y algunos aspectos básicos sobre su relación con los otros elementos del sistema.

La estructura del elemento económico está supeditada en gran medida por dos aspectos relacionados con las características, tanto de la región de origen como de las del destino, pues estas definen, respectivamente, lo que son los mercados y los productos. Así, estos últimos, serán las respuestas de lo que el lugar ofrece (atractivos, instalaciones, servicios) para la satisfacción de los turistas.

Las actividades turísticas, en consecuencia, dependerán de lo que los turistas quieran hacer en un destino, motivados por las posibilidades que este les ofrezca, esto quiere decir que las peculiaridades condiciones del espacio, así como de su entorno, van a definir los recursos disponibles, sobre los cuales se sustentará la oferta turística.

Esos atractivos, en virtud de sus atributos, son los que despiertan el interés del viaje, y los servicios turísticos son los que permiten disfrutarlos. De este modo, cada destino, en función de sus condiciones (geográficas, climáticas, políticas, sociales, tecnológicas, infraestructura), tendrá una oferta concreta y dirigida a complacer distintos segmentos de mercado, doméstico e internacional, acorde con sus recursos inherentes y con las características de la demanda.

Producto Turístico

El desarrollo alcanzado por la actividad turística en los últimos años ha permitido que se maduren ciertas ideas en cuanto a elaborar términos

específicos que permitan definir las diferentes actividades que en este sector se realizan, como por ejemplo, el producto turístico.

Existen diferentes definiciones de productos turísticos, todas dependen del momento y el lugar en que se desarrollen, el estudio de este término, parte de los planteamientos hechos por varios autores tomado del artículo: “Conceptualización del producto turístico: contrapunteo entre el viaje y los bienes y servicios” del Dr.C Jorge Ramón González Ferrer.

Cárdenas, (1986): Está conformado por bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, para así lograr un confort material o de espíritu, ya sea de forma individual o satisfaciendo las necesidades, requerimientos del consumidor en este caso el turista».

Gilber, (1990): «...amalgama de diferentes bienes y servicios ofrecidos como experiencia de actividad al turista...

Muñoz de Escalona (1992):...el producto turístico debe estar conformado por aquel producto de uso exclusivo de los turistas que es todo plan programado de viaje de ida y vuelta...»

Consejo Federal de Turismo (1992): ...integración de los recursos naturales y/o culturales con los respectivos servicios, en una unidad que justifique un desplazamiento turístico...»

Acerena (1993): Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista... Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso».

Bordas, (1994): ...un sistema capaz de hacer viajar a la gente para actividades de ocio que le satisfagan determinadas necesidades».

Middlenton, (1994): el producto turístico tiene su principal insumo en el atractivo, en torno del cual giran una serie de elementos que permiten que se desarrolle la actividad turística en un espacio determinado. En un sentido más amplio el producto turístico es el conjunto de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructuras y organizaciones que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos. Dicho producto es ofrecido en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde un lugar de origen a uno de destino y su posterior retorno al sitio de partida».

Valls, (1996): ...el producto turístico se presenta como un conglomerado, una amalgama, una constelación de elementos tangibles e intangibles en particular. Entre los elementos tangibles se hallan los bienes, los recursos, las infraestructuras y los equipamientos; entre los intangibles, se encuentran los servicios, la gestión, la imagen de marca y el precio».

OMT, (1998): El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores.

Furió, (2000): «...una característica del producto turístico es que no es estrictamente elaborado por un único sector de actividad, sino por diferentes sectores productivos, y que no existe una actividad que realice, de modo completo, el ensamblaje final del producto turístico. Aunque muchos agentes, especialmente los tour operadores, ofrezcan productos finales bajo la forma de paquetes turísticos, es el propio consumidor turístico quien, en última instancia, elabora su propio producto sobre la base de los ingredientes que le ofrecen los agentes productores turísticos».

Zárate y Lugo, (2003): «...son aquellos recursos turísticos que cuentan con infraestructura y servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas».

Boullon (2004): «...un paquete turístico, alguno de los componentes del servicio básico como una noche de hotel, algún atractivo que toma entidad propia, un país, una región, un continente, o propiamente dicho un centro turístico».

López, (2004): «...el producto turístico engloba varios subproductos, una marca con una completa cartera de productos. Esos subproductos representan el verdadero valor añadido del producto...compuesto de una serie de recursos que lo hacen atractivos (playas, clima agradable...) y una serie de servicios y equipamientos que permiten al turista disfrutar de los recursos...dotados de infraestructuras adecuadas para que sus atractivos puedan ser disfrutados»

SECTUR (2004):«...conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluye: recursos y atractivos, equipamientos e infraestructura, servicios, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos, que ofrecen unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, porque satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre».

Kotler (2004): «Los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos. Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo. El concepto de producto no se limita a objetos físicos... en sentido más amplio, los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas».

Barroso González y Flores Ruiz (2006): «...aquella realidad integral que percibe y capta el turista durante su viaje y estancia fuera de su residencia habitual –experiencia turística, el cual está formado por una serie de bienes y servicios, tanto públicos como privados...»

SECTUR, (2006): «Un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades, que satisfacen sus necesidades, otorgándole beneficios y satisfacción de manera integral»

Una vez hecho el análisis de las definiciones anteriores podemos plantear que independientemente del lugar o región los productos turísticos poseen características similares cuyo objetivo es satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas tanto en el viaje como en el destino escogido.

«Bienes y servicios que demande el turista» v.s «desplazamiento en un viaje de ida y vuelta»

Partiendo de lo planteado anteriormente en esta investigación se asumirá que el producto turístico debe estar conformado por aquel producto de uso exclusivo de los turistas que es todo plan programado de viaje de ida y vuelta. Donde turista es todo aquel que consume un plan de viaje de ida y vuelta, es decir, un producto turístico, independientemente de la motivación o móvil que haya llevado a elaborarlo o adquirirlo y al margen del tiempo que su consumo exija; así como de la distancia recorrida en el circuito definido por el origen-destino o destinos intermedios y de nuevo el origen, que es siempre, el destino definitivo. Esta última característica distingue al producto turístico de los desplazamientos migratorios (Muñoz de Escalona, 1991)

El mismo autor plantea que este postulado no debe interpretarse como una definición sino más bien como una identidad o una equivalencia, o incluso como representación y descripción de la realidad objeto de estudio.

Coincidiendo con lo planteado por el Dr.C. Jorge Ramón González Ferrer, 2007, al revisar las categorías y sus relaciones en cada aproximación conceptual, distingue que el producto turístico es soportado por las siguientes dimensiones: «producto en sí»; «oferta»; y «demanda» que en su sinergia

pueden ofrecer un marco de entendimiento de las singularidades prácticas y las generalidades teóricas del concepto de producto turístico, además esas se corresponden con la trilogía clásica de la economía: producto-oferta-demanda.

Producto Turístico

Producto en sí Oferta Demanda

- Recurso Turístico

- Infraestructura

- Servicio • Vivenciales/ Cognitivo

- Simbólicos/ Afectivos

- Funcionales/ Volutivos

- Ventaja empresa

- Ventaja industria

- Ventaja país

- Objetivo del desplazamiento

- Lugar de residencia y destino turístico

- Medios o recursos turísticos

Partiendo desde la clásica definición de producto turístico no siempre se consigue una respuesta consistente a las siguientes interrogantes: ¿qué

distingue al producto turístico?, ¿qué lo diferencia de los demás productos? y ¿qué empresa lo produce?

Desde la posición de la autora. el producto turístico debe estar conformado por aquel producto de uso exclusivo de los turistas.

El único producto, de uso exclusivo de turistas, es el plan de viaje de ida y vuelta o el mal llamado paquete turístico, es decir, un servicio, producido por las únicas empresas turísticas: turoperadores y agencias de viajes, en el que se combinan otros muchos servicios, procedentes de otros subsectores (transporte, alimentación, alojamiento, recreación, deporte, cultura, etc.). Este producto, el plan de viaje, que surge de la combinación de otros, tiene identidad por sí mismo y es necesario ubicarlo en un nuevo subsector económico, diferente a aquellos otros subsectores, en los que se encuentran incluidos sus respectivos inputs, incentivos y facilitadores.

El sujeto que se va a desplazar, o piensa desplazarse, y la necesidad o necesidades originales que pretende satisfacer. El lugar en el que se encuentra el sujeto cuando decide desplazarse y el lugar o lugares a los que se propone desplazarse para satisfacer la necesidad o necesidades finales. Los medios o recursos turísticos que son correlato de la necesidad o necesidades originales con los que el sujeto espera satisfacerse.

Con los medios o recursos instrumentales, complementarios o auxiliares de los que piensa servirse el turista que se denominan "viáticos", es decir, son los medios materiales o, en su caso, monetarios o de pago, que ha de portar el sujeto para hacer frente a la cobertura de necesidades, previstas o imprevistas, pero, en cualquier caso, derivadas de la necesidad original, que pueden presentarse durante el desplazamiento.

Una ciudad puede ser presentada como un producto "turístico", lo mismo que un país o una comarca, con su clima, sus paisajes, su medio ambiente,

etc., cosas que son concebidas, a su vez, como otros tantos productos “turísticos”.

Muñoz de Escalona, 1991 defiende que la producción del producto turístico antecede a su consumo. El producto turístico se produce al mismo tiempo que se consume y que el consumidor interviene, necesariamente, en el proceso de producción, que no es, por tanto, posible sin él, por lo que el consumo se hace en el destino turístico, a destiempo y en diferentes lugares.

El espacio de llegada del turista para «mirar» recibe el impacto de sus actividades, luego, emerge una esencialidad: su sostenibilidad ambiental, social y económica. Lo anterior nos remite a la sostenibilidad en el turismo, que es entendida como «...un turismo sostenible, que satisfaga las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras de hoy día, pero que también proteja y mejore las oportunidades del turismo futuro...» (OMT, WTTC y Consejo de la Tierra, 1995). Entonces, el principio de desarrollo de los productos turísticos como productos en sí debe ser su sostenibilidad, para ser consecuente con la macrotendencia sostenible, muestra de la conciencia ambiental a nivel mundial, y -específicamente- en el turismo donde los consumidores postfordista son muy sensibles a los temas ambientales y sociales. (Pérez, Yamisleydis et al., 2002).

2.4.1.2 Fundamentación Teórica de la Variable Dependiente

Desarrollo turístico sostenible (Sumak Kausay)

EL MARCO DEL DESARROLLO. TURISMO Y ALIVIO DE LA POBREZA.

En una perspectiva de futuro con respecto a las potencialidades del turismo en cuanto al alivio de la pobreza, habría que prestar especial atención a una serie de factores / clave, que determinan el marco en que la actividad turística se produce y sus consecuencias sobre los destinos:

- Las políticas de gestión turística que tienden a concentrar los ingresos del turismo, que son, posteriormente, transferidos a potentes centros exportadores que suministran al destino turístico. Mientras éste sufre los mayores impactos sociales, culturales y medioambientales, recibe a cambio la parte menor del total de los ingresos.
- La naturaleza de las relaciones entre la actividad turística y el destino, que tienen generalmente un carácter extractivo, deben pasar a ser contempladas en el espacio de la sostenibilidad, de manera que la actividad turística se perpetúe con el enriquecimiento social y cultural del destino.
- El protagonismo de la actividad turística recae habitualmente en el turista, cuya satisfacción es el fin último de todo el proceso. Se impone un cambio substancial hacia un nuevo paradigma en el que la actividad turística pase a ser un medio cuya finalidad es el desarrollo socioeconómico y la preservación del medio ambiente del destino, de manera que el protagonismo de la actividad turística pase a los participantes en toda la cadena productiva, básicamente la población local.
- Los indicadores que miden el éxito o fracaso del desarrollo turístico se sustentan generalmente en datos sobre el crecimiento del PIB, el número de visitantes, de hoteles, los índices de ocupación de los alojamientos, etc. Una nueva visión daría prioridad a indicadores que dieran medida de las posibilidades de continuidad del destino, la preservación y mejora de su patrimonio natural y cultural, los beneficios socioeconómicos para la población del destino, la distribución de renta entre sus distintos segmentos sociales y, con especial relevancia, las oportunidades creadas para la superación de la pobreza.
- Cualquier actividad turística es susceptible de convertirse en motor de desarrollo socioeconómico y de alivio de la pobreza. Tan importante es crear nuevas oportunidades, como integrar, en la realidad turística global existente, nuevas políticas que faciliten el alivio de la pobreza (Morges Cortada, 2006).

El impacto económico del turismo

Analizar el impacto económico del turismo es analizar el lugar que ocupa el turismo en el comercio internacional y en las economías nacionales; es aislar y evaluar los factores cuantitativos y cualitativos que son el fundamento del desarrollo del turismo; también es identificar los principales elementos propios para estimular u obstaculizar su desarrollo en el porvenir y examinar los resultados de la actividad turística haciendo comparaciones con los otros sectores de la economía, tanto en los países industrializados como en los países en desarrollo.

Si la progresión de la importancia económica y social del turismo es ya una realidad en todo el mundo, no siempre ha sido claramente captada por todos aquellos a los que el turismo afecta directa o indirectamente. La emergencia del turismo de masas ha engendrado una extrema variedad de iniciativas que han desembocado en instalaciones, equipamientos y actividades que es difícil comprender en su conjunto y en sus efectos sobre el medio en que se han implantado; y ello muy a menudo sin ninguna referencia a un marco organizado del espacio, lo que explica el reconocimiento relativamente reciente en la organización del territorio.

El turismo implica un desplazamiento desde una residencia principal hacia unos lugares u ofertas de productos y de servicios que permitan un consumo turístico. MELH Lucien, en su introducción al libro de BARETJE y de DEFERT, intenta separar y clasificar las nociones y los aspectos fundamentales de la economía turística en tres categorías: vocación turística, actividad turística, y turismo en sus relaciones con el crecimiento económico. La vocación turística está unida a las necesidades de descanso y de distracciones, de antídoto y de compensación de las obligaciones de la civilización industrial, urbana y administrativa. El turismo es una actividad que requiere tiempo libre, y que solamente puede desarrollarse, y sobre todo

generalizarse, con la reducción de la jornada de trabajo y el alargamiento de los fines de semana y de las vacaciones. (Muñoz, 2014)

Actividad económica de la parroquia Sucre

La principal fuente de ingreso económico es la agricultura cultivan maíz, papa, fréjol, cebada, calabazas, cochos, a esto se une algunas frutas como mora, pera, claudia y manzana.

En los últimos tiempos han incursionado en la industria productora de flores, con sembríos de alstroemerias y gladiolos principalmente, esto ha generado plazas de empleo que son ocupadas en su mayoría por elemento joven y en particular femenino.

La crianza de animales menores como los pollos, cuyes, conejos en los últimos años ha tomado gran importancia en la economía de sus pobladores es así que esta actividad está a cargo de las damas de casa y los niños.

Las características geo climáticas que Sucre posee, propician la crianza de especies menores como cuyes, conejos, así como el desarrollo de la producción pecuaria: avicultura, porcicultura, ganado de leche, y mixto. Sin embargo, a priori, se aprecia que es urgente la tecnificación de este sector, que en su gran mayoría está compuesto por pequeños productores quienes se dedican a una producción no tecnificada o en el mejor de los casos semi-tecnificada, obteniendo rubros promedio inferiores, no siendo competitivos con el resto de comunidades. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Sucre, 2010).

Infraestructuras y servicios turísticos

Infraestructura turística

Es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo, comprende; aeropuerto, puerto, sistema vial, acueductos, electricidad, telecomunicaciones, instalaciones hospitalarias, transporte y aseo urbano. (Latinos.us)

Este es el segundo elemento de la estructuración del turismo, y su importancia es enorme para el soporte de la planta turística, pues sus componentes son como veremos, determinantes para la puesta en valor de los atractivos y para el desarrollo de la oferta.

El concepto de infraestructura hace referencia (Diccionario de la Lengua Española, 1986) al: “Conjunto de servicios básicos para el funcionamiento de una economía moderna”. También su nombre denota a través de su preposición infra, el concepto de estructura inferior, es decir, aquella que se ubica debajo de otras como son en el caso del turismo, la planta turística (estructura positiva) y la superestructura (organización del que hacer turístico).

Esos servicios básicos son por lo general obras de carácter público, que están dirigidas al beneficio de toda una colectividad, con el objeto de suministrarle los servicios necesarios para el funcionamiento y desarrollo de sus actividades sociales y económicas. Así, la infraestructura comprende los siguientes rubros: acueductos, energía, comunicaciones, drenajes, sanidad, seguridad, educación, sistema de transporte, obras urbanas (parques, plazas, etcétera).

Estos componentes de la infraestructura son los que promueven el sostenimiento de las actividades humanas en las poblaciones. Asimismo, permiten la comunicación y transferencia de bienes y servicios con el resto del país, que de este modo se comunica internamente y con el exterior.

Debido a su complejidad y alto costo, las obras de infraestructura no son realizadas por lo general, para atender una sola actividad socioeconómica, sino por el contrario se busca que las mismas satisfagan las necesidades (domésticas, empresariales, agropecuarias, industriales, turísticas, etc.) de cada comunidad, región y país. De esta forma, el ordenamiento espacial de este elemento responderá entonces a los requerimientos globales de cada población. No obstante, existen obras de infraestructura que satisfacen a las necesidades específicas de una actividad económica (puertos marítimos, desarrollos hidroeléctricos, zonas industriales, proyectos turísticos, etcétera).

Tratándose del turismo, muchas veces se habla erróneamente de infraestructura turística, para identificar así a todos estos servicios básicos disponibles en un destino, e incluso se incluyen en esta acepción a los hoteles, restaurantes y demás servicios de la oferta turística que forma parte realmente de la planta o equipamiento turístico. Ambos conceptos son por ello mal empleados, pues en el primer caso, la infraestructura satisface las necesidades tanto del turismo como de otras actividades. En el segundo caso, la empresa turística conforma no la infraestructura (servicios básicos) sino la estructura productiva del turismo (planta turística).

En concordancia con lo anteriormente expresado, únicamente se puede hablar de infraestructura turística, cuando ésta es exclusiva de esta actividad. Ejemplo de esto son los denominados “megaproyectos turísticos” que como Cancún en México y Papagayo en Costa Rica son núcleos receptores turísticos ex profeso, o sea que todas sus actividades y servicios (incluida la infraestructura) son para el sostenimiento, operación y disfrute del turismo.

Los elementos que conforman la infraestructura son esenciales para el desarrollo turístico, pues la ausencia o mal funcionamiento de ellos dificulta o impide la óptima operación de la oferta de servicios turísticos. De este modo, y especialmente en los países de desarrollo, la infraestructura puede constituir un obstáculo para las inversiones y el buen funcionamiento del turismo. Algunos de esos considerados son vistos seguidamente.

Talento Humano

La gestión del talento humano es un área muy sensible a la mentalidad que predomina en las organizaciones. Es contingente y situacional, pues depende de aspectos como la cultura de cada organización, la estructura organizacional adoptada, las características del contexto ambiental, el negocio de la organización, la tecnología utilizada, los procesos internos y otra infinidad de variables importantes.

La ARH es una función administrativa dedicada a la adquisición, entrenamiento, evaluación y remuneración de los empleados. En cierto sentido, todos los gerentes son gerentes de personas porque están involucrados en actividades como reclutamiento, entrevistas, selección y entrenamiento. El papel expansivo de la función de RH Durante muchos años existió la creencia generalizada de que el obstáculo para el desarrollo de la industria era el capital. Sin embargo, la incapacidad de una empresa para reclutar y mantener una fuerza laboral es el principal obstáculo para la producción. No existe ningún proyecto basado en buenas ideas, puesto en marcha con vigor y entusiasmo, que haya sido interrumpido por falta de efectivo o recursos financieros. Objetivos de la gestión del talento humano Las personas constituyen el principal activo de la organización. Las organizaciones exitosas perciben que solo pueden crecer,

prosperar y mantener su continuidad si son capaces de optimizar el retorno sobre las inversiones de todos los socios, en especial de los empleados. La gestión del talento humano en las organizaciones es la función que permite la colaboración eficaz de las personas (empleados, funcionarios, recursos humanos o cualquier denominación utilizada) para alcanzar los objetivos organizacionales e individuales. La expresión administración de recursos humanos (ARH) todavía es la más común. Las personas pueden aumentar o disminuir las fortalezas y debilidades de una organización dependiendo de la manera como se trate. La ARH debe contribuir a la eficacia organizacional a través de los siguientes medios:

1. Ayudar a la organización a alcanzar sus objetivos y realizar su misión: no se puede imaginar la función de RH sin conocer los negocios de una organización. Cada negocio tiene diferentes implicaciones para la ARH, cuyo principal objetivo es ayudar a la organización a alcanzar sus metas y objetivos, y a realizar su misión.

2. Proporcionar competitividad a la organización: esto significa saber emplear las habilidades y la capacidad de la fuerza laboral.

3. Suministrar a la organización empleados bien entrenados y motivados: Dar reconocimiento a las personas y no solo dinero constituye el elemento básico de la motivación humana. Para mejorar el desempeño, las personas deben percibir justicia en las recompensas que reciben. Recompensar los buenos resultados y no recompensar a las personas que no tienen un buen desempeño, los objetivos deben ser claros, así como el método para medirlos.

4. Permitir el aumento de la autorrealización y la satisfacción de los empleados en el trabajo: los empleados no satisfechos no necesariamente son los más productivos, pero los empleados insatisfechos tienden a desligarse de la empresa, se ausentan con frecuencia y producen artículos de peor calidad. El hecho de sentirse felices en la organización y satisfechos en el trabajo determina en gran medida el éxito organizacional.

5. Desarrollar y mantener la calidad de vida en el trabajo: Calidad de vida en el trabajo (CVT) es un concepto que se refiere a los aspectos de la experiencia de trabajo, como estilo de gerencia, libertad y autonomía para tomar decisiones, ambiente de trabajo agradable, seguridad en el empleo, horas Gestión de Talento Humano Idalberto Chiavenato adecuadas de trabajo y tareas dignificativas, con el objetivo de convertir la empresa en un lugar atractivo y deseable.

6. Administrar el cambio: En las últimas décadas hubo un periodo turbulento de cambios sociales, tecnológicos, económicos, culturales y políticos. Estos cambios y tendencias traen nuevas tendencias traen nuevos enfoques más flexibles y ágiles, que se deben utilizar para garantizar la supervivencia de las organizaciones.

7. Establecer políticas éticas y desarrollar comportamientos socialmente responsables: tanto las personas como las organizaciones deben seguir patrones éticos y de responsabilidad social. La responsabilidad social no solo es una exigencia para las organizaciones sino también, y en especial para las personas que trabajan allí. (Chiavenato, 2001).

Oferta y demanda turística

De acuerdo a la Secretaría de Turismo (2002), en la oferta participan el medio ambiente y tres grupos de actores, que en términos generales son los prestadores de servicios, las comunidades locales y las autoridades de los tres niveles de gobierno.

El medio ambiente provee los recursos naturales; cada región o localidad puede brindar una gran variedad de recursos dependiendo de sus condiciones geográficas y de la naturaleza. Por su parte, los prestadores de servicios ofrecen las instalaciones de alojamiento, alimentación y servicios de esparcimiento y recreación; es decir, proporcionan los servicios turísticos básicos y los atractivos artificiales. Los habitantes de las localidades tienen un doble papel: aportan la riqueza cultural y los recursos humanos para la prestación de los servicios turísticos. Finalmente, la actuación de las autoridades de los tres niveles de gobierno establece un marco general para el desarrollo de las actividades turísticas, a través de la construcción de infraestructura básica de servicios, así como del marco legal para garantizar la seguridad de los turistas y el clima de negocios apropiado (p. 21).

Como se puede apreciar en el párrafo anterior se describe como la oferta turística se divide, en cuatro elementos que según SECTUR (2002) conforman la oferta turística, ya que al integrarse es así como pueden ofrecer un mayor atractivo que atraiga a la demanda. El medio ambiente por sí solo no puede ofertarse ya que el recurso no se encuentra explotado puesto que existe como tal pero no como un atractivo turístico, para lograr que este recurso se aproveche y sea rentable es necesario integrar los demás servicios que sirven de complemento como,

instalaciones físicas, restaurantes, establecimientos de hospedaje, museos, atractivos artificiales, entre muchos otros prestadores de servicios; al igual que se debe de tomar en cuenta que la cultura es uno de los atractivos de un sitio, que las comunidades cuenten con una identidad propia logra interés y curiosidad sobre los turistas, y para brindarles un buen servicio es necesario también contar con una cultura turística que permita a la comunidad servir a los visitantes con gusto, placer y calidad. Por último, las autoridades forman parte de todo este modelo integral ya que establecen leyes para la protección de los turistas y de los empresarios interesados en hacer negocios en el sitio. La oferta turística engloba muchos elementos que deben de manejarse de manera integral.

La Secretaría de Turismo (2002) explica que el análisis de la oferta turística local debe permitir, en primer lugar, hacer un inventario de los siguientes elementos:

Factores naturales:

Situación geográfica y tamaño del territorio

Situación geológica y condiciones climáticas

Hidrografía (mares, ríos, lagos, etc.)

Paisajes, fauna y flora

Factores socioeconómicos:

Estructura económica (relevancia de los diferentes campos de actividad, etc.)

Estructura socio-demográfica (pirámide de edad, emigración, distribución socio profesional, etc.)

Estructura político-administrativa

Infraestructuras y servicios disponibles:

Equipamientos (agua, gas, electricidad, tratamiento de residuos, etc.)

Transportes (red de carreteras, red ferroviaria, transportes públicos, etc.)

Servicios (comercios, servicios de salud, etc.)

Factores culturales:

Historia

Costumbres/productos artesanales locales

Configuración de los lugares

Monumentos y curiosidades

Lugares para visitar, visitas guiadas atracciones, manifestaciones culturales, etc.

Oferta: deportes y ocio

Deportes náuticos, natación

Aviación

Equitación

Senderismo y cicloturismo

Deportes de invierno

Golf, petanca

Otras actividades deportivas y de ocio

Oferta: salud y curas

Termalismo, curas, curas de salud, puesta en forma, descanso

Terapias diversas, etc.

Oferta: alojamiento

Capacidad global

Distribución de la oferta de camas y de los establecimientos de alojamiento según el tamaño

Distribución de la oferta de camas y de los establecimientos de alojamiento según el tipo de alojamiento.

Distribución local de los establecimientos de alojamiento

Calidad y precios

Posibilidades de vacaciones en granjas, en casas rurales

Evolución de la oferta de alojamiento

Oferta: restauración

Capacidad global

Distribución local de los restaurantes

Calidad y precios

Posibilidades de organizar conferencias y seminarios

Centro(s) de congresos y exposiciones

Hoteles que ofrezcan salas para seminarios y equipamientos técnicos correspondientes

La oferta turística según la ha definido Cooper (1993) representa una amalgama de atractivos e instalaciones de apoyo que presentan varios elementos comunes y para que tenga éxito, los componentes de la fusión necesitan tener calidad equivalente. Básicamente un destino sustenta su oferta en los siguientes componentes: atractivos, accesibilidad entre las que se encuentra el transporte local, terminales de transporte; amenidades pudiéndose agrupar los establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento, entretenimiento y finalmente el apoyo de servicios en la forma de organizaciones locales (p.28).

“Para que un lugar pueda participar en el mercado turístico y atraer el mayor número de visitantes, las características de su oferta turística deben ser únicas, muy especiales o suficientemente atractivas para diferenciarse o destacar sobre otros destinos. Asimismo, el éxito en el negocio turístico depende de las características de la oferta turística, (belleza, riqueza, importancia precio, o combinación de todo esto) en síntesis: diferenciación, diversificación y singularidad.”. (SECTUR, 2005)

Complementando con la definición de SECTUR (2005), la oferta turística debe de tener una ventaja competitiva sobre los demás sitios que sean su competencia directa para poder lograr una diferenciación y de esta forma lograr acaparar el interés de los turistas. Un sitio puede ofrecer el mismo atractivo y los mismos servicios que otros, pero debe de tener características que lo hagan diferente de los demás, debido a que una ventaja competitiva puede ser alcanzada por la competencia, ya que es necesario mantenerse de la mano de la innovación para seguir creando manteniéndose a la vanguardia con las tendencias. Es importante de igual manera que el lugar posea todas las facilidades que el turista puede necesitar, desde un lugar para ingerir alimentos y bebidas hasta la accesibilidad de éste. Recalcando lo ya antes mencionado en este capítulo es importante encontrar un equilibrio en todos los elementos que conforman la oferta.

“Disponer de un atractivo único no siempre es suficiente. Los turistas necesitan opciones y alternativas que les inviten a quedarse más tiempo o a disfrutar más. Hay que tener en cuenta que la oferta de actividades ha de ser compatible con las atracciones principales, y con los recursos naturales y culturales de la zona.” (SECTUR, 2002)

De acuerdo con Lickorish y Jenkins (2000) aunque los niveles de renta real discrecional son los determinantes principales de la demanda del turismo, también hay factores de la oferta que “tiran” de los turistas hacia un destino específico. Algunos de estos factores viene dados por la oferta de alojamiento y servicios y la facilidad de acceso al destino, la combinación de estos factores puede considerarse una medida del atractivo del destino. El atractivo relativo es un

aspecto importante para la elección de un destino, pero siempre estará sometido al presupuesto disponible del turista potencial (p.74-75).

Otros de los puntos importantes a tratar son los servicios con los que cuentan los sitios puesto que son factor determinante para que el turista se interese por el sitio porque no solo se trata de que cuente con riqueza natural sino esté acompañada con facilidades para que se pueda hacer uso de ella, de lo contrario el sitio turístico no existe como tal para los turistas, es por eso que la evaluación del potencial turístico del sitio se debe de hacer para ver cuáles serán sus resultados y con ello se pueda obtener un beneficio económico.

La oferta turística se debe de diversificar con nuevos productos, y con ello diversificar de igual manera la demanda, ya que se podrá satisfacer las distintas necesidades de los turistas. Se debe de tener en cuenta que el sitio turístico puede recibir diferente tipo de demanda, es decir, diferentes segmentos, por lo cual se debe de decidir si el destino se enfocará en solo un segmento y sobre de ese trabajar en el logro de su satisfacción, o si será una misma oferta para una gran cantidad de segmentos y así contar con todos los prestadores de servicios que cubran todas las necesidades de dichos segmentos.

La infraestructura turística es uno de los principales componentes de la oferta turística ya que ésta permite el desarrollo de la actividad turística proporcionando bienes y servicios que la apoyen para el desarrollo de una mejor oferta turística. (Covarrubias, Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas, 2010).

La demanda turística es el segundo componente que dentro del potencial turístico necesita ser analizado para poder definir el nivel de compatibilidad entre la oferta y la demanda turística.

Ritchie (2009) propone que la demanda incluye cifras de gran relevancia como lo son cuántos visitantes arriban al destino, el tipo de transportación utilizado, los días de estadía y qué tipo de hospedaje que utilizaron y finalmente el dinero gastado por turista.

De acuerdo a lo que propone el autor Ritchie (2009) donde describe la relevancia de saber cuántos visitantes arriban a un destino con el fin de realizar estadísticas que permitan arrojar información específica de la cantidad exacta de la demanda actual para poder ofertar servicios que les permitan cubrir toda la demanda. También es indispensable que un destino considere y analice los días de estadía promedio ya que al obtener dicha información se puede realizar un plan estratégico para que los turistas tengan más actividades de recreación y con ello puedan incrementar el número de actividades para que los turistas extiendan su estadía beneficiando con esto al desarrollo del destino.

Mathieson and Wall citado por C. M. Hall and S. J. Page (2002) la demanda turística es el total de personas que viajan, o desean viajar, usar facilidades turísticas, y servicios en lugares lejos de sus lugares de trabajo y residencia (p. 61).

Tabares (2007) agrega que la demanda puede clasificarse en: histórica, futura, potencial, objetiva y local. La histórica es la registrada por las estadísticas respecto a los visitantes actuales, en tanto que la demanda futura es la que se

calcula a partir de los datos estadísticos; por su parte la demanda potencial es la que se puede capturar por encima de la demanda futura, se trata de turistas que nunca han visitado el lugar, pero mediante un plan de mercadotecnia pueden convertirse en demanda real o histórica. En lo que respecta a la demanda objetiva es la que ha sido considerada como mercado meta para ser captado por proyectos de promoción y de segmentación de mercado. Finalmente la demanda local se encuentra en el destino.

De acuerdo a lo expuesto por Tabares (2007), es importante mencionar y explicar la demanda histórica, ya que ésta ayuda a tener datos estadísticos que permita tener un antecedente histórico de la evolución que ha tenido los turistas a comparación de datos actuales y así analizar la demanda. Por otra parte la demanda potencial se refiere a tener un objetivo de visitantes que pueden aprovecharse para acaparar el mercado potencial. La demanda objetiva permite saber cuál es el visitante ideal, el que muestra interés al sitio turístico y tiene el perfil de lo que se oferta y éste pueda consumir sin ningún problema y lanzar proyectos de mercadotecnia que incremente considerablemente la demanda.

Sapag y Sapag, (2007) mencionan que conocer el comportamiento futuro del mercado en precios, demanda, producción y otras variables, constituye un elemento fundamental en el análisis preinversional. Para ello existen diversas técnicas de proyección, tanto de carácter cualitativo y cuantitativo. Determinar cuál es más conveniente depende básicamente de la disponibilidad de información, la calidad de ella, la precisión deseada del pronóstico, el costo del procedimiento, los beneficios del resultado, los períodos futuros que desee

pronosticar, el tiempo disponible para hacer el estudio y el ciclo de vida del producto. (p. 10).

Conocer a la futura demanda y sus comportamientos de compra, de elección y de gastos es muy importante ya que permite hacer una investigación más precisa de lo que espera un visitante en determinado lugar, y aprovechar el análisis de esta información permite crear un panorama más claro de lo que se debe de hacer y a que segmento dirigirse en el mercado.

Sin embargo, la aplicación de distintas técnicas puede ser un trabajo complementario, es decir, es posible estudiar el comportamiento esperado de una variable en función de su desempeño histórico, y complementarlo con información primaria obtenida a través de otras técnicas (p. 10).

“El número de demanda para viajar a un destino en particular es de gran interés para cualquiera dentro del turismo. La data vital demanda: (1) cuantos visitantes llegan. (2) Porque medio de transporte (3) cuanto tiempo se quedan y en qué tipo de hospedaje, y (4) cuánto dinero van a gastar” (Goeldener y Ritchie, 2011).

“La demanda potencial indica la oportunidad de negocio turístico que hay con determinados grupos o mercados turísticos, al comparar nuestra oferta turística, nuestra demanda actual y las tendencias que se aprecian en el turismo a nivel general” (SECTUR, 2005).

Asimismo, Boullón (2004) expresa que la demanda turística de un país se obtiene de la suma de las demandas correspondientes a cada uno de los centros turísticos de cada región. Estas sumas surgen a partir de las variables total de turistas en la región, ingresos generados, gasto promedio por turista, etc. Según el

autor, conocer la demanda señalada más la realización de estudios sobre el consumidor y sus experiencias o expectativas en el destino, serán elementos que garanticen mayor facilidad para saber qué es lo que debe hacerse o construirse para aumentar la demanda de todos y cada uno de los servicios de los centros turísticos.

Teniendo en cuenta los factores determinantes de cómo obtener datos verídicos de la demanda y una vez analizados es más fácil saber qué, cómo y cuándo garantizar servicios que satisfagan las necesidades de los visitantes.

La demanda está determinada por el perfil de los turistas que refleja sus gustos y preferencias, los cuales además son influenciados por factores externos derivados de las grandes tendencias del turismo mundial. (SECTUR, 2002).

Lickorisch y Jenkins (2000) señala que el presupuesto es un elemento que siempre estará ligado al concepto de demanda, pues la mayor parte de los turistas realizan sus presupuestos tomando en cuenta todos los gastos y, sin poner en riesgo sus vacaciones, eligen el destino.

Todas las personas tienen necesidades como las de viajar y elegir un destino que sea apto y que vaya de acuerdo a su perfil.

Existe una serie de factores precisos, los cuales determinan el nivel o grado de la demanda turística, la cual a través de diversos factores se logra definir. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 1998) plantea que los factores que determinan la demanda pueden agruparse en cinco grandes grupos:

Económicos.

Relativos a las unidades demandadas.

Aleatorios.

Relativos a los sistemas de comercialización.

Relativos a la producción. (Covarrubias, Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas, 2010).

2.5 HIPÓTESIS

Los recursos turísticos de la parroquia Sucre inciden en el desarrollo turístico del Cantón Patate, Provincia de Tungurahua.

2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

Variable Independiente: Recursos Turísticos

Variable Dependiente: Desarrollo Turístico

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Es importante señalar que se realizará un enfoque cuanti-cualitativo, donde se podrá; considerar los diferentes contextos que se presentan en el área turística, de manera que se llegará a una interpretación en base a datos numéricos, y suposiciones cualitativas, en lo que concierne a la problemática, motivo de investigación, de manera que después se dará paso a una interpretación que se transformará en aspectos comprobados.

Es cuantitativo, ya que se pretende instaurar el posicionamiento de los recursos turísticos de la parroquia Sucre y su incidencia en el desarrollo actual del cantón Patate, para el beneficio económico de los habitantes de la localidad, ya que es un problema que requiere de una investigación a fondo.

Es cualitativo, porque se considerará cualidades, buscando interacción entre los pobladores de la comunidad quienes podrán colaborar con sus conocimientos, experiencias y aportaciones.

3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología que se empleará es de campo, debido a que la investigación se la ejecutará en la parroquia Sucre, Cantón Patate en donde se logrará obtener la respectiva información para la elaboración de estrategias que sirvan como aporte para el desarrollo de la parroquia.

Asimismo es de importancia recalcar que se tendrá en cuenta la investigación bibliográfica y linkografía en el transcurso del proceso de investigación, ya que existirá la necesidad de buscar en lo antes mencionado, reseñas adicionales que la contribuyan.

3.3. NIVEL O TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

Exploratorio

Será de tipo exploratorio puesto que analizará las peculiaridades esenciales sobre los elementos de posicionamiento y desarrollo turístico que se direccionará a potencializar el crecimiento turístico de la parroquia Sucre del cantón Patate, provincia de Tungurahua.

Asociación de variables

La investigación tendrá relación entre ambas variables ya que serán de suma importancia en el análisis de resultados en relación y correlación entre la una variable y la otra.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el Cantón Patate ostenta alrededor de 13.497 personas y para la ejecución de la investigación se tomará la muestra según el siguiente universo de estudio:

Autoridades cantonales y parroquiales	3 personas
Técnicos del GAD Parroquial	2 personas
Entendidos en el tema:	3 personas

Por ser una población bastante extensa se aplicará la siguiente fórmula para determinar el tamaño de la muestra:

Dónde:

N: tamaño de muestra

E: error de muestreo

Entonces reemplazando valores:

$$n = \frac{N}{E^2(n-1)+1}$$
$$n = \frac{13.497}{(0.0025)(13.497 - 1) + 1}$$
$$n = \frac{13.497}{(0.0025)(13.496) + 1}$$

13.497

n = -----

3.374+1

13.497

n=-----

3.375

3.4.2 Muestra:

N= 399

Autoridades cantonales y parroquiales

+ 3

Técnicos del GAD Parroquial

+ 2

Entendidos en el tema

+ 3

Por lo tanto N=407, resultado con el cual se aplicará 407 encuestas.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.5.1. Cuadro 1: Variable independiente: Recurso Turístico

CONCEPTO	SUBTEMAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS	INSTRU.
Recurso turístico		Espacios de interacción.	¿Qué espacios de interacción son los más comunes en la parroquia Sucre?	Encuesta	Cuestionario
Lugar o área de interés de los turistas que lo visitan por su belleza con motivos de recreación por ejemplo: paseos ecológicos, senderos, ríos, cascadas, bosques, así como modernas instalaciones que permitan la distracción y comodidad de los turistas.	Área de interés Motivos de recreación	Naturales, culturales, infraestructura turística. Vacaciones, ocio conocimiento de nuevas rutas y alternativas de turismo.	¿Cree usted que la parroquia Sucre cuenta con infraestructura suficiente para la recepción de turistas? ¿Piensa usted que la parroquia Sucre puede ofrecer la suficiente comodidad para la recepción de turistas? ¿Existe otros lugares en la parroquia Sucre que pueden ser nuevos atractivos turísticos para el ocio y la recreación de los turistas?	Encuesta Encuesta	Cuestionario Cuestionario

Elaborado por CHICAIZA, Sebastián (2014)

3.5.2. Cuadro 2: Variable dependiente: Desarrollo Turístico

CONCEPTO	SUBTEMAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS	INSTRU.
Desarrollo turístico: Es la modificación o cambio de la matriz productiva que se produce en el transcurso del tiempo y que por tanto tiene carácter sucesivo, para el progreso económico, social, cultural en aspectos de turismo	Cambio de la matriz productiva	Atractivos y servicios turísticos de calidad producidos en la comunidad para el turista	¿Piensa usted que la comunidad puede brindar servicios de calidad a los turistas?	Encuesta	Cuestionario
	Progreso económico, social y cultural	Desarrollo económico y calidad de vida de los habitantes de la parroquia.	¿Cree usted que la parroquia Sucre cuenta con los suficientes recursos turísticos para ser promocionada turística?	Encuestas	Cuestionario
			¿Cuál es el principal origen de sus ingresos económicos?	Encuesta	Cuestionario
			¿Piensa usted que el turismo puede ser una importante fuente de ingresos económicos para el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de la parroquia Sucre?		
			¿De qué manera le gustaría que la Parroquia Sucre sea promocionada turísticamente?		

Elaborado por CHICAIZA, Sebastián (2014)

3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La recolección de información es un elemento que ayudará que los objetivos trazados se cumplan durante en el transcurso de la investigación, con un estudio a fondo de las variables, recalcando el apoyo y la participación conjunta de las autoridades de la parroquia en representación a través de sus miembros, la cual proveerá de la información concerniente al contenido.

En la presente investigación se desarrollará el siguiente plan de recolección de la información:

Cuadro 3: Plan de recolección de información

Preguntas Básicas	Explicación
1. ¿Para que realizamos este tipo de investigación?	Determinar el aporte que tienen los recursos turísticos de la parroquia Sucre, en el desarrollo turístico del cantón Patate mediante tácticas direccionadas a potencializar el turismo.
2. ¿De qué personas u objetos?	La población, autoridades locales, cantonales y provinciales, técnicos del I. Municipio de Patate y expertos en el tema.
3. ¿Sobre qué aspectos?	Trazar técnicas de posicionamiento turístico direccionadas a potencializar el desarrollo turístico de la Parroquia Sucre.
4. ¿Quién?	Investigador
5. ¿A quiénes?	Pobladores de la parroquia Sucre y autoridades
6. ¿Cuándo?	Fines de semana
7. ¿Dónde?	Parroquia Sucre, Cantón Patate
8. ¿Cuántas veces?	Varias veces
9. ¿Con qué técnicas?	Encuestas y observación
10. ¿Con qué?	Cuestionario

Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

3.7 PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

Revisión crítica.- Revisión de la información recolectada, en otros términos, limpieza de información, contradictoria, defectuosa, parcial, y no acertada.

Tabulación y categorización.- La información se ordenará y tabulará mediante gráficos (pasteles) y cuadros.

Enfoque estadístico.- Análisis e interpretación objetiva, comprobación de hipótesis.

Presentación de datos.- Elaboración de conclusiones y recomendaciones; propuesta.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

La información se la adquirió mediante encuestas aplicadas a la población de la parroquia Sucre y cantón Patate, la misma que luego ha sido procesada a través de cuadros estadísticos y cálculos porcentuales.

Pregunta N.- 1

¿Qué espacios de interacción piensa usted que son los más comunes en la parroquia Sucre?

Cuadro 4.- Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Parques infantiles	74	18 %
Canchas deportivas	152	37%
Atractivos naturales	120	29%
Museos	64	16%
Otros	0	0%

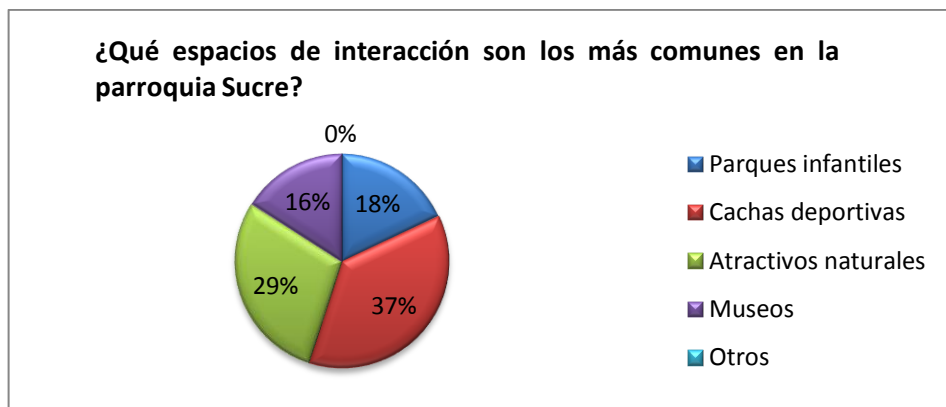


Gráfico 5 Encuesta Parroquia Sucre

Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Análisis e interpretación

De 407 encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia Sucre del cantón Patate se consideran que los atractivos turísticos más comunes son: el 37 % canchas deportivas, 29% atractivos naturales, 18 % parques infantiles, 16 % museos y el 0 % otros; por lo cual según los resultados obtenidos la población manifiesta que las canchas deportivas y en si el deporte es su principal distracción dejando en segundo plano a los atractivos naturales que también tienen un alto grado de importancia para los habitantes de la comunidad.

Pregunta N.-2

¿Cree usted que la parroquia Sucre cuenta con infraestructura suficiente para la recepción de turistas?

Cuadro 5.- Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA Sebastián (2014)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	217	53%
No	190	47%
Total	407	100%

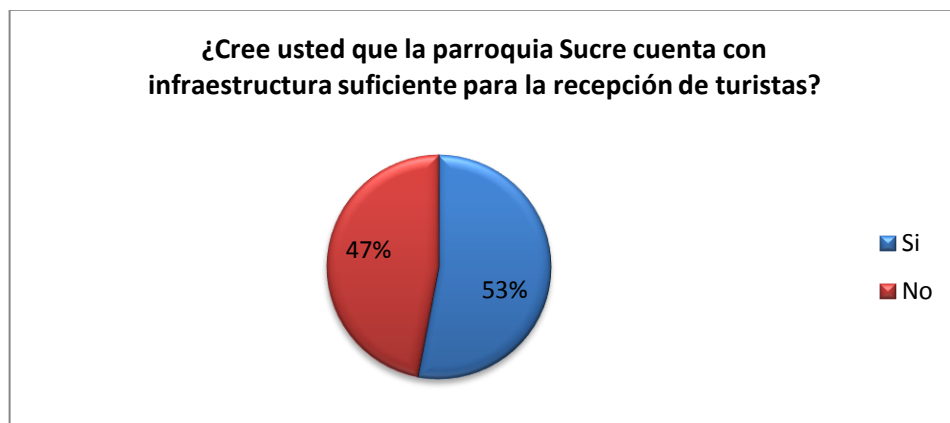


Gráfico 6.- Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Análisis e interpretación

De 407 encuestas aplicadas el 53% de los encuestados piensan que la parroquia Sucre cuenta con la infraestructura suficiente para la recepción de los turistas mientras que el 47% consideran que no existe la suficiente infraestructura para acoger a los turistas, por lo cual según los resultados obtenidos la población en su mayoría está de acuerdo que pueden receptor turistas internos y externos ya que los factores turísticos como el sitio privilegiado en el que se encuentra, su clima y

los lugares que no son explotados ayudan a que el turista se motive a visitarlos. Las personas que respondieron denegadamente consideran que no cuentan aún con la infraestructura necesaria y es por ese motivo que los turistas no van a visitarlos ya que no se cuenta con un hotel que acoja a los turistas.

Pregunta N.-3

¿Piensa usted que la parroquia Sucre puede ofrecer la suficiente comodidad para la recepción de turistas?

Cuadro 6.- Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	223	55%
No	184	45%
Total	407	100%

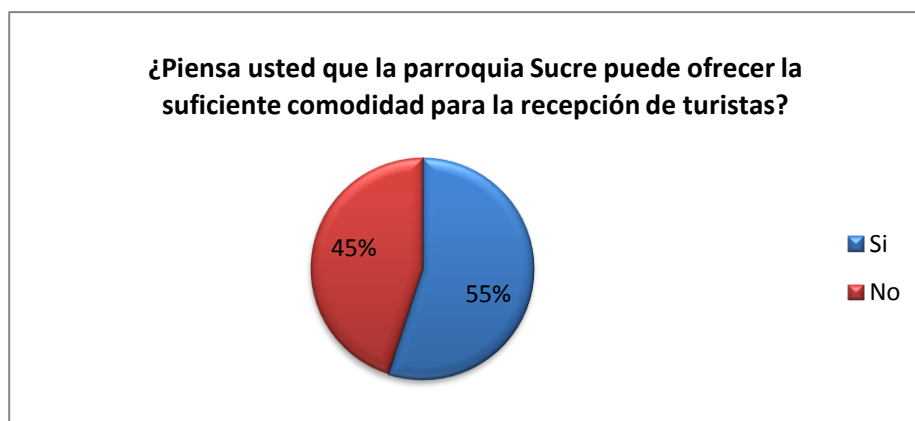


Gráfico 7.- Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Análisis e interpretación

De 407 encuestas aplicadas el 55% de la población considera que la parroquia Sucre puede brindar la suficiente comodidad para el turista y el 45% manifiesta lo contrario, es así que con los resultados obtenidos se puede decir que la mayoría está de acuerdo a que se puede brindar la comodidad necesaria para el turista ya que actualmente existe una asociación de turismo comunitario que está capacitada para la recepción de los turistas que deseen visitar la parroquia ya que están dispuestos a atender los requerimientos y necesidades que el turista solicite. Mientras que el otro porcentaje de personas encuestadas manifiestan que no cuentan con el suficiente conocimiento ni lugares para la recepción de turistas y poderles brindar la comodidad necesaria ni el servicio de calidad que el turista se merece.

Pregunta N.-4

¿Existe otros lugares en la parroquia Sucre que pueden ser nuevos atractivos turísticos para el ocio y la recreación de los turistas?

Cuadro 7.- Encuesta Parroquia Sucre

Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	209	51%
No	198	49%
Total	407	100%

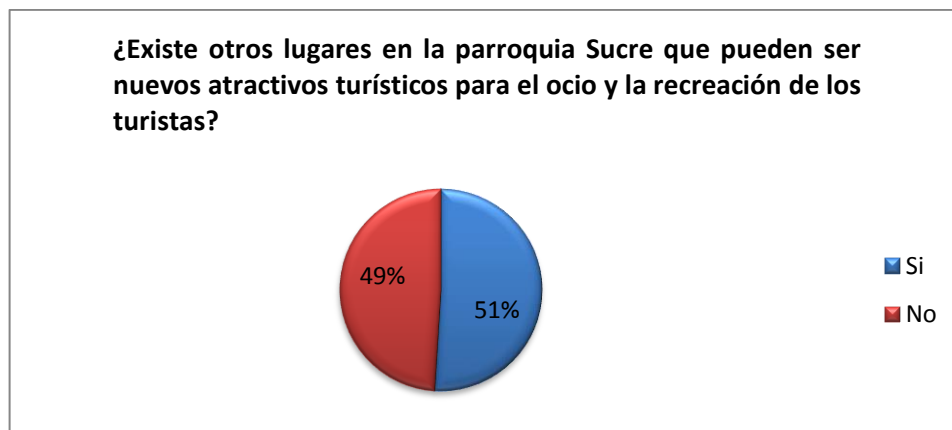


Gráfico 8.- Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Análisis e interpretación

De 407 encuestas aplicadas el 51% manifiesta que existe otros lugares en la parroquia Sucre que pueden ser nuevos atractivos turísticos para el ocio y la recreación de los turistas, no obstante el 49% respondió que no existente más atractivos turísticos que puedan ser mencionados, de manera que las personas que respondieron afirmativamente declararon que existen recursos naturales como: Sacha Pato, Laguna El Pujín, Chorrera de Caniluco, Lagunas de Sudahua y Yanacocha, río Quilloto, Páramo de Poatug, mirador de Pulpito, senderos naturales y hermosos paisajes y el más reciente Centro Cultural, Artesanal y Ancestral El Sucre creado para la disposición de los turistas que quieran visitarlo en el cual se destacan cuatro estaciones: turismo, gastronómica, textil y artesanías, propias de la parroquia.

Pregunta N.-5

¿Piensa usted que la comunidad puede brindar servicios acorde a las necesidades de los turistas?

Cuadro 8.- Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	204	50%
No	203	50%
Total	407	100%

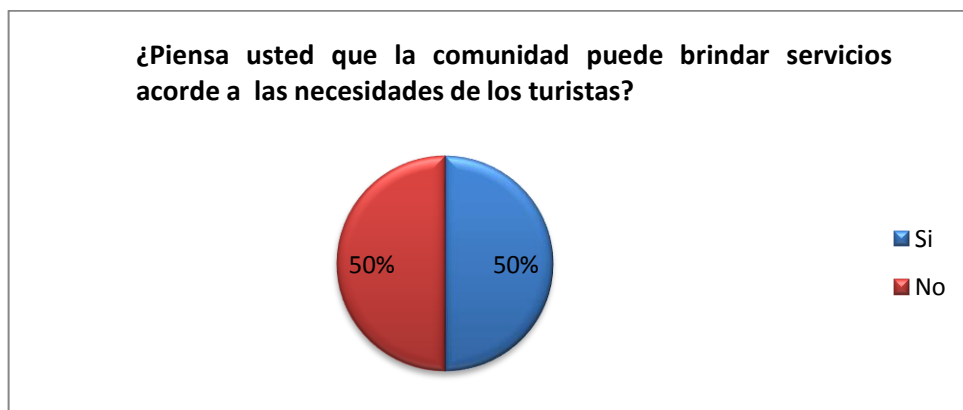


Gráfico 9.- Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Análisis e interpretación

De 407 encuestas aplicadas el 50% señala que la comunidad puede brindar servicios de calidad, mientras que el otro 50% piensa que no, la mitad de los encuestados consideran que pueden brindar servicios de calidad ya que en la parroquia Sucre existen asociaciones que trabajan conjuntamente para la gestión

en caso de recepción turistas y de esta manera poderles brindar lo que ellos necesiten en efecto darles un servicio de calidad acompañado de cordialidad y buen trato. Mientras que la otra mitad considera que falta mucho por hacer en la parroquia para que esta pueda dar el recibimiento y la acogida necesaria a los turistas ya que han manifestado que se carece de infraestructura pertinente a alojamiento y restauración.

Pregunta N.-6

¿Cree usted que la parroquia Sucre cuenta con los suficientes recursos turísticos para ser promocionado turísticamente?

Cuadro 9.- Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	357	88%
No	50	12%
Total	407	100%

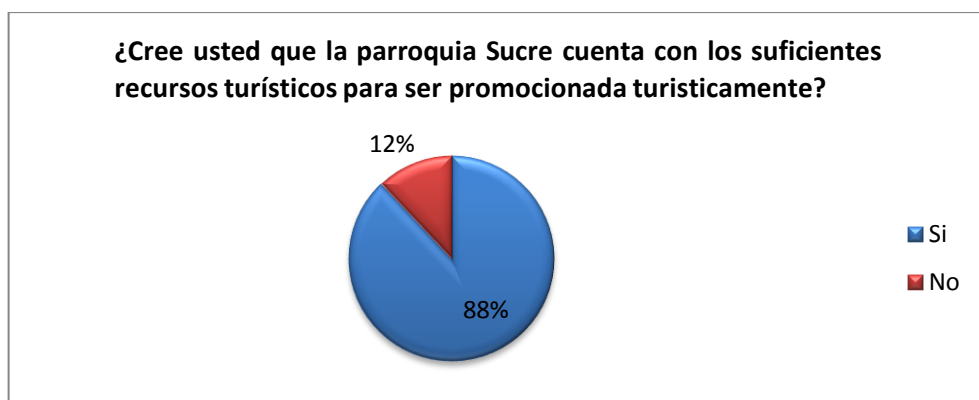


Gráfico 10. Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Análisis e interpretación

De 407 encuestas realizadas el 88% de los encuestados consideran que la parroquia Sucre cuenta con los suficientes recursos turísticos para ser promocionados, mientras que el 12% de la población de Sucre declara lo contrario, por lo tanto los habitantes de la parroquia Sucre afirman que los recursos turísticos que ellos poseen pueden ser brindados a los turistas que los deseen visitar, ya que existe variedad de recursos naturales en la zona. Mientras tanto las personas que respondieron negativamente desconocen lo que poseen y no se dan cuenta de lo importante que podría ser el turismo dentro del desarrollo de su comunidad.

Pregunta N.-7

¿Cuál es la principal fuente económica de sus ingresos?

Cuadro 10.- Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura	196	48%
Ganadería	174	43%
Turismo	16	4%
Otros	21	5%

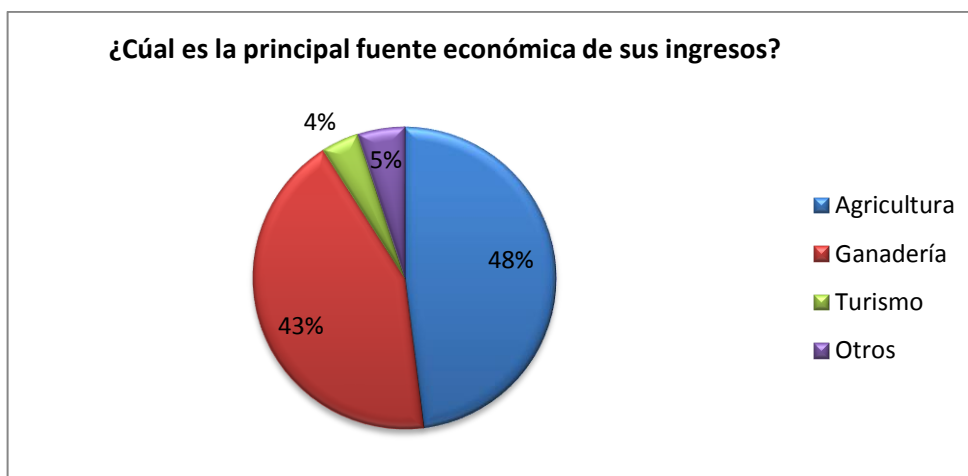


Gráfico 11.- Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Análisis e interpretación

De 407 encuestas aplicadas el 48% vive de la agricultura, el 43% vive de la ganadería, el 4% trabaja en turismo, y el 5% se dedica a otro tipo de actividades ya sea textil, comercio, transporte, o de la construcción, considerando que la mayor fuente de ingresos económicos de la parroquia Sucre proviene de la agricultura y la ganadería, dando a entender que el turismo puede llegar a ser una alternativa adicional y de esta manera lograr que la comunidad opte y vea al turismo como una fuente de divisas ya que se cuenta con la disposición de los recursos naturales y la voluntad de los habitantes en elegir al turismo como fuente extra de dinero.

Pregunta N.-8

¿Cree usted que el turismo puede ser una fuente de ingresos importante para el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de la parroquia Sucre?

Cuadro 11.- Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	368	90%
No	39	10%
Total	407	100%

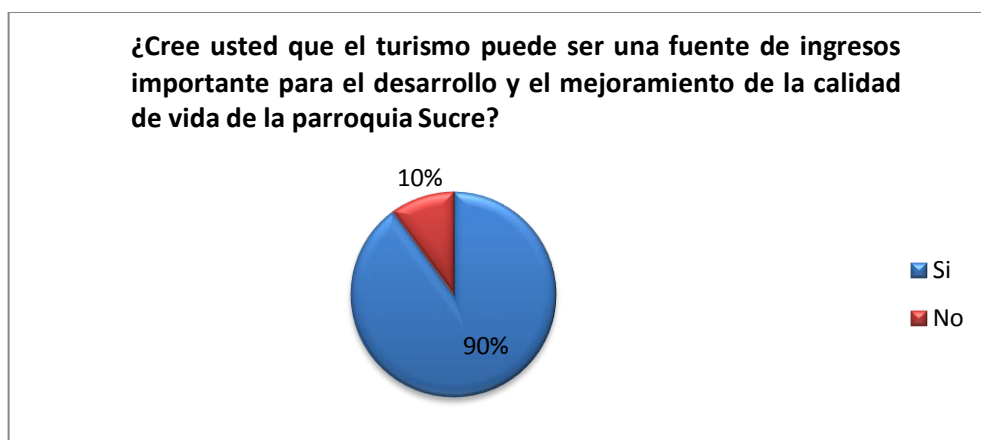


Gráfico 12 Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Análisis e interpretación

De 407 encuestas aplicadas el 90% de los encuestados consideran que el turismo puede ser una fuente de ingresos importante para el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de la parroquia, y apenas el 10% de la población opina lo contrario, esto quiere decir que la población está de acuerdo para que el turismo llegue a ser una fuente de dinero importante dentro de su comunidad y de esta forma lograr el desarrollo de la misma, mientras que los que

respondieron negativamente obtienen dinero de distintas formas ya sea mediante producción agrícola y el comercio de especies menores por lo cual piensan que el turismo no podría ser una alternativa ya que de esta forma obtienen los suficientes ingresos para vivir.

Pregunta N.-9

¿De qué manera le gustaría que la parroquia Sucre sea promocionada turísticamente?

Cuadro 12 Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Radio	196	48%
Televisión	116	29%
Material impreso	95	23%



Gráfico 13 Encuesta Parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Análisis e interpretación

De 407 encuestas realizadas el 48% de los encuestados manifiesta que les gustaría que su parroquia sea promocionada turísticamente por medio de frecuencia modulada, el 29% televisivamente y el 23% por medio de material impreso, reflejando esto que la mayoría de sus habitantes preferirían escuchar la publicidad de su parroquia en frecuencia radial y a su vez no descartando la posibilidad de poderla promocionar mediante los otros dos medios de comunicación restantes.

4.2 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

En la investigación se establecerá la estadística del Chi cuadrado X^2 , que permitirá obtener información para aceptar o rechazar la hipótesis.

Tema: Los recursos turísticos de la parroquia Sucre y su importancia actual en el desarrollo turístico del cantón Patate, provincia de Tungurahua.

4.2.1 Planteamiento de la hipótesis

H0 Los recursos turísticos de la parroquia Sucre NO tienen importancia en el desarrollo turístico del cantón Patate.

H1 Los recursos turísticos de la parroquia Sucre SI tienen importancia en el desarrollo turístico del cantón Patate.

4.2.2 Selección del nivel de Significación

Para la verificación de la hipótesis se utilizara el nivel de $\alpha=0.01$ en la tabla de X^2 tabular.

4.2.3 Descripción de la población

Para la investigación de campo se ha tomado en cuenta una muestra de 407 personas encuestadas de la parroquia Sucre y el cantón Patate.

Muestra de la población	Porcentaje
407	100%

Cuadro N 13 Descripción de la Población
Elaborado por: CHICAÍZA, Sebastián (2014)

4.2.4 Especificación de lo estadístico

Para esto se utilizará la formula a continuación:

$$\chi^2 = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

Σ =Sumatoria

χ^2 = Chi cuadrado

O= Frecuencias observadas

E= Frecuencias esperadas

4.2.5 Especificación de las regiones de aceptación o rechazo

Se procede a determinar los siguientes grados de libertad considerando que el cuadro consta de cuatro filas y dos columnas. $Gl = (f-1)(c-1)$

Grados de libertad	Filas	Columnas
Gl	(4-1)	(2-1)
Gl	3	1
Gl	3x1	
Gl	3	$X^2T=7,8147$

Cuadro N 14 Grados de Libertad
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

4.2.6 Recolección de los datos y cálculo de las estadísticas

Es necesario enunciar que la verificación de la hipótesis se expresa en un cuadro de contingencia de cuatro filas por dos columnas con la cual se determinará las frecuencias esperadas.

Cuadro de frecuencias observadas

PREGUNTAS	SI	NO	Subtotal
2. ¿Cree usted que la parroquia Sucre cuenta con la infraestructura suficiente para la recepción de los turistas	53	47	100
3. ¿Piensa usted que la parroquia Sucre puede brindar la suficiente comodidad para el turista?	55	45	100
6. ¿Cree usted que la parroquia Sucre cuenta con los suficientes recursos turísticos para ser promocionado turísticamente?	88	12	100
8. ¿Cree usted que el turismo puede ser una fuente de ingresos importantes para el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de la parroquia Sucre?	90	10	100
Subtotal	286	114	400

Cuadro N 15 Frecuencias Observadas
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

Cuadro de frecuencias esperadas

PREGUNTAS	SI	NO	Subtotal
2. ¿Cree usted que la parroquia Sucre cuenta con la infraestructura suficiente para la recepción de los turistas	71,5	28,5	100
3. ¿Piensa usted que la parroquia Sucre puede brindar la suficiente comodidad para el turista?	71,5	28,5	100
6. ¿Cree usted que la parroquia Sucre cuenta con los suficientes recursos turísticos para ser promocionado turísticamente?	71,5	28,5	100
8. ¿Cree usted que el turismo puede ser una fuente de ingresos importantes para el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de la parroquia Sucre?	71,5	28,5	100
Subtotal	286	114	400

Cuadro N 16 Frecuencias separadas
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

4.2.7 Cálculo del Chi cuadrado

O	E	O-E	(O-E) ²	(O-E) ² /E
53	71,5	-18,5	-342,25	4,79
47	28,5	18,5	342,25	4,79
55	71,5	-16,5	-272,25	3,81
45	28,5	16,5	272,25	9,55
88	71,5	16,5	272,25	3,81
12	28,5	-16,5	-272,25	9,55
90	71,5	18,5	342,25	4,79
10	28,5	-18,5	-342,25	12,00
X² CALCULADO				53.09

Cuadro N 17 Cálculo del Chi Cuadrado
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

4.2.8 Toma de decisión

Como se puede observar en los cuadros anteriores, X^2 calculado es mayor a X^2 tabular por lo tanto **SI** se acepta la hipótesis alternativa H_1 ; es decir los recursos turísticos de la parroquia Sucre **SI** tienen importancia en el desarrollo turístico del cantón Patate.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- Se determinó que realizar un inventario turístico de la parroquia Sucre, es necesario en cualquier ámbito, pues en base a esto se determina cuáles son los recursos naturales más relevantes que existen en la parroquia, para de esta forma darlos a conocer.
- Las autoridades de la parroquia Sucre, están conscientes de que el turismo es importante, para la generación de beneficios, en lo concerniente al desarrollo de la parroquia y el cantón.
- En la parroquia Sucre existe aceptación positiva para que se genere proyectos turísticos de forma adecuada y en conformidad con sus habitantes.
- La promoción de los recursos turísticos de Sucre son escasos, ya que no se ha tomado la suficiente importancia que estos tienen para el bien de la comunidad.

- La mayoría de habitantes de Sucre se dedica principalmente a la agricultura y ganadería puesto que el turismo aún no ha tomado la fuerza necesaria para que sea una actividad de la cual se genere recursos económicos.
- La creación de una propuesta que permita dar una solución al problema, es de relevancia para de esta forma dar veracidad y sustento a la investigación planteada.

5.2 RECOMENDACIONES

- Instruir a los habitantes de la parroquia Sucre que están involucrados en el sector turístico, a brindar una mejor atención a los turistas ocasionales.
- Se recomienda a las autoridades y responsables de la parroquia, que puedan trabajar en la señalización turística.
- Emplear estrategias enfocadas a potencializar el desarrollo turístico en la parroquia, a través de un plan de marketing.
- Incentivar a los habitantes de la parroquia a crear establecimientos de alojamiento y restauración que brinden servicios de calidad al visitante.
- Incitar a la población a iniciar proyectos de promoción turística de la parroquia, para que sea conocida aprovechando festividades parroquiales.
- Brindar apoyo suficiente por parte del GAD municipal de Patate a la asociación de turismo de la parroquia Sucre, para su crecimiento e innovación.

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

6.1.1 Título:

“Elaboración de un plan de promoción turística que permita mejorar la afluencia de turistas a la parroquia El Sucre del Cantón Patate.”

6.1.2 Institución ejecutora

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Sucre

6.1.3 Beneficiarios

Directos: Habitantes de la parroquia Sucre del cantón Patate

Indirectos: Turistas y prestadores de servicios turísticos

6.1.4 Ubicación

La presente propuesta se ejecutará en la parroquia Sucre, cantón Patate, provincia de Tungurahua.

6.1.5 Tiempo estimado para la ejecución

Período marzo 2014-julio 2015

6.1.6 Equipo técnico responsable

Autoridades del GAD parroquial de Sucre.

6.1.7 Costo

Para la ejecución de esta propuesta se necesitará un precio estimado de \$21,380,00 dólares estipulados a un año de promoción.

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

En la actualidad la promoción turística de un determinado lugar es de suma importancia en lo concerniente a publicidad y difusión de atractivos y recursos turísticos teniendo en cuenta que el turismo en los últimos años ha ido tomando fuerza en el Ecuador y sus provincias, lo que hace décadas atrás ni siquiera se conocía de lugares que hayan sido de importancia como lo es ahora para los turistas internos o extranjeros.

Algunas ciudades, pueblos o cantones del Ecuador han ido llamando la atención de los turistas, mediante la promoción y difusión de los atractivos que poseen y que a su vez puedan ser estos explotados para el beneficio propio de la sociedad.

En base a las conclusiones y recomendaciones realizadas en la investigación se determinó que la parroquia Sucre del cantón Patate cuenta con recursos turísticos para ser promocionada turísticamente dentro de la provincia de Tungurahua pero que lastimosamente aún no han podido darse a conocer formalmente.

Las autoridades y pobladores de la parroquia Sucre tienen en cuenta de que el turismo puede cambiar su estilo de vida y que también es necesario cambiar la mentalidad de todos para poder llevar a delante a su parroquia y poderla posicionar como un destino más dentro de Tungurahua.

Actualmente se ha creado un centro de interpretación de la parroquia Sucre para que el turista se nutra de conocimientos acerca de lo que esta posee y produce, lo cual incentiva de gran manera a sus pobladores a que se atrevan a involucrarse en el ámbito turístico, el cual será el punto de partida para su promoción; para que se potencialice el turismo de manera que sea una alternativa acertada para realizar la actividad turística.

6.3 JUSTIFICACIÓN

La elaboración de un plan de promoción turística de los recursos turísticos de la parroquia Sucre del cantón Patate que permita mejorar la afluencia de turistas es importante porque se fijará las necesidades de promocionar y difundir a la parroquia y se podrá corregir fallas existentes en relación al turismo y de esta forma dar cumplimiento con las acciones planteadas para la promoción de la misma, y por ende en el desarrollo del cantón Patate.

Es de considerable utilidad porque sin una adecuada planificación no se podrá desarrollar ningún recurso o atractivo y es factible por supuesto ya que en base con la información obtenida y las investigaciones realizadas se puede ejecutar el proyecto y además se cuenta con el apoyo de los encargados de dirigir a la comunidad tomando en cuenta el talento humano que poseen para adjudicar al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Sucre el plan que depende de ellos poner en práctica. Se logrará establecer los caminos a seguir, puntualizando tácticas para potencializar a la parroquia Sucre como una alternativa más para realizar turismo y como un destino turístico dentro de la provincia de Tungurahua y el Ecuador en general.

Partiendo desde el punto de vista social, el crecimiento del turismo en la parroquia Sucre, conseguirá establecer nuevas fuentes de trabajo y óptimos recursos económicos, con la finalidad de que la comunidad sea favorecida por el desarrollo y mejoramiento del turismo en Sucre.

La presente propuesta es trascendental ya que en el futuro los objetivos y acciones planteados durante toda la investigación permitirán que la parroquia

Sucre sea conocida como un destino importante, y en base a esto continuar efectuando proyecciones para los años venideros, y de esta forma permitir que el turismo en Sucre vaya mejorando y tomando fuerza dentro de la provincia y el país.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 General

- Impulsar el desarrollo de la parroquia Sucre como destino turístico y lograr la afluencia de turistas a través de estrategias promocionales que se basaran en los recursos turísticos con los que se cuenta.

6.4.2 Específicos

- Realizar un inventario de los recursos turísticos de la parroquia Sucre.
- Elaborar el diseño de una ruta turística que permita dar a conocer los recursos turísticos de la parroquia Sucre, del cantón Patate.
- Promocionar y difundir los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia Sucre.
- Brindar una propuesta de inclusión en el turismo de la parroquia Sucre, que permita una mejora en la recepción de potenciales turistas.

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

6.5.1 Aspecto social:

Inserción de personas de la comunidad implicadas a promover el turismo de su parroquia y generar fuentes de empleo para el beneficio de las personas que allí habitan.

6.5.2 Aspecto político:

Propiciar áreas de discusión con el propósito de socializar y regularizar por medio de la Junta Parroquial, Tenencia Política y Gobiernos descentralizados, cuyo propósito deberá ser apoyar e intervenir en el turismo para la obtención de resultados positivos, de forma que se desarrolle la actividad turística y se la pueda explotar con responsabilidad los recursos turísticos allí existentes.

6.5.3 Aspecto económico:

Creación de nuevas oportunidades de trabajo, generación de empleo directo, mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes e ingreso de capital gracias al turismo.

6.5.4 Aspecto cultural:

Tiene como propósito dar a conocer la esencia turística de la parroquia para fomentar la recuperación de las costumbres que allí existen e impulsarlas a través del plan de promoción de los recursos turísticos antes mencionados.

6.5.5 Aspecto de equidad de género:

Es importante mencionar que la participación de la mujer es de importancia ya que en la elaboración del spot de promoción turística, se incluye y se da valor a lo que las mujeres pueden aportar, ya sea con ideas, trabajo o planificación.

6.5.6 Aspecto tecnológico:

La propuesta tecnológica se la relaciona con la gestión turística para poner en función al turismo local, incorporando promoción y difusión mediante tecnologías que en la actualidad existen, para de esta forma potencializar el turismo en Sucre.

6.5.7 Aspecto organizacional:

Es inevitable contar con el apoyo de las entidades ejecutoras, por lo cual es necesaria la contribución de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de Sucre y Patate para el cumplimiento de lo propuesto.

6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA-TÉCNICA

Podemos definir a la promoción como un instrumento de marketing con el cual se pretende transmitir las cualidades de un producto a los potenciales clientes o usuarios, para que estos sean impulsados a ser adquiridos, por lo cual, esto consiste en una forma de transmisión de información.

La idea de promoción turística, esta englobada dentro del plan de promoción que permita mejorar la afluencia de turistas a la parroquia Sucre, como destino para los viajeros. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística.

La toma de decisiones sobre publicidad es un proceso constituido por cinco pasos:

- Determinación de objetivos
- Decisiones sobre el presupuesto
- Adopción del mensaje

- Decisiones sobre los medios que se utilizarán,
- Evaluación.

Por lo tanto será necesario dar a conocer los atractivos turísticos al mayor número de personas que estén en posibilidades de visitarlos, utilizando los medios más adecuados para hacer llegar la información en forma eficaz, de tal manera que despierte el interés de los posibles turistas, para transformarlo en deseo. La promoción puede entonces crear nuevas necesidades en los individuos.

La propuesta que se ha planteado en base a la promoción de los recursos turísticos de la parroquia Sucre tiene como propósito difundir a la sociedad en general mediante la elaboración de un plan de promoción turística que permita mejorar la afluencia de turistas, sobre los atractivos y recursos turísticos que existen en la parroquia Sucre, como una forma de hacer publicidad de ellos para que de esta forma puedan ser dados a conocer mediante la inserción de anuncios en distintos medios de comunicación.

6.7 METODOLOGÍA

6.7.1 Modelo operativo

FASES	METAS	ACTIVIDAD	RECURSOS	PRESU	RESPONSABLES	TIEMPO
Socialización	-Establecer un entendimiento con los técnicos del GAD parroquial acerca de la propuesta para lograr el apoyo de todos los involucrados.	-Llevar a cabo un conversatorio acerca de lo propuesto y tomar decisiones con los encargados para la construcción de la propuesta.	-Humanos -Económicos -Materiales	40 USD	-Investigador -Autoridades GAD parroquial Sucre.	Dos semanas
Construcción de la propuesta	-Contar con una propuesta práctica elaborada en coordinación con los involucrados.	-Realización del diseño de un plan de promoción turística que permita mejorar la afluencia de turistas a la parroquia Sucre.	-Humanos -Económicos -Materiales -Tecnológicos	640 USD	-Investigador	Cuatro meses

Ejecución de la propuesta	-Constituir los medios de comunicación y el mercado al cual va dirigida la promoción turística.	-Definir los medios masivos de comunicación que se utilizaran para publicidad. -Puntualización de las partes a seguir para la promoción. -Comercialización del producto turístico ofrecido al público objetivo.	-Humanos -Económicos -Materiales -Tecnológicos	\$21,380,00 USD	-Entendidos en publicidad.	Seis meses
Evaluación de la propuesta	-Definir si la propuesta planteada es un instrumento eficaz, práctico y económicamente optimizado para lograr la mejora deseada.	-Medir los grados de satisfacción y aceptación de los participantes con sus criterios, acerca de la propuesta ejecutada, a través de cuestionarios finales con el objetivo de medir y realizar ajustes necesarios para próximas ediciones.	-Humanos -Económicos -Materiales -Tecnológicos	50 USD	-Investigador -Técnicos GAD parroquial Sucre -Entendidos en publicidad -Entidades asignadas para la promoción.	Dos meses

Cuadro N.-18 Modelo Operativo
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2014)

6.7.2. Desarrollo de la propuesta

El turismo es importante para el desarrollo económico de una determinada ciudad o poblado, para la parroquia Sucre que es un territorio con un amplio potencial para el desarrollo turístico por sus recursos naturales y diversidad de flora y fauna donde se puede ejecutar varios tipos de turismo, por lo cual es importante realizar el plan de promoción turística que permita mejorar la afluencia de turistas y de esta manera potencializar el turismo en esta comunidad.

Definir los tipos de mercados más atractivos y notables es de importancia para la continuidad del desarrollo de lo propuesto anteriormente. Divulgar a Sucre como un producto turístico y un destino más para los viajeros con abundante riqueza natural y siendo una razón más para volver es la moción de lo que se desea alcanzar, mediante el plan de promoción turística que permita mejorar la afluencia de turistas hacia esta zona.

En base a los resultados obtenidos en la investigación, se identifica la necesidad de diseñar un plan de promoción turística que permita mejorar la afluencia de turistas hacia la parroquia Sucre del cantón Patate.

En el presente capítulo, muestra el diseño del plan de promoción turística, donde se establecen las diferentes acciones a desarrollar para el mejoramiento del turismo en la comunidad, con el propósito de contribuir a esta parroquia rural permitiendo mayor desarrollo de Sucre y el cantón convirtiéndose en generador de empleos y una nueva opción de destino turístico, el plan comprenderá con los siguientes aspectos: Objetivos que se desean alcanzar, inventario de recursos turísticos, los esquemas de la propuesta, misión y visión, diagnóstico situacional (Análisis FODA), inventario de atractivos turísticos, diseño de rutas turística, y presupuesto de inversión en publicidad.

6.7.2.1 Importancia del plan de promoción turística

La importancia del plan, radica en promover, fomentar y conservar tradiciones y culturas de los pueblos; además de generar empleo y contribuir al desarrollo de las comunidades, y de esta forma dar más opciones de desarrollo a la comunidad. Sucre y el cantón Patate poseen numerosos atractivos que cuentan con riqueza natural y cultural como iglesias, cascadas, paramos, lagunas, centros arqueológicos, etc. Permitiendo así ser tomados en cuenta como destinos turísticos, despertando el interés de los turistas nacionales y porque no el de extranjeros. De esta manera fomentar el turismo y desarrollar mejoramientos en los recursos turísticos con los que cuenta.

El turismo para el sistema económico trae bienestar a la población receptora y además resalta y fortalece la identidad a nivel local y regional, al desarrollar una promoción más amplia y bien enfocada mostrará toda la riqueza turística de la parroquia convirtiéndose así en un producto que se pueda ofrecer a los interesados en invertir allí lo cual es sinónimo de divisas.

Cuando un lugar comienza a ser visitado con frecuencia por turistas, el primer cambio que se presenta es el incremento en los servicios ofrecidos: alojamiento, restaurantes, venta de productos artesanales, entre otros, de esta manera se fortalece la economía y crea espacios para el nacimiento de nuevas industrias y negocios familiares.

Dentro de los beneficios que ofrece el incentivo del turismo a la sociedad es que se vuelve un generador de empleos, al generar o modernizar los recursos existentes, también atrae mejoras a las comunidades cercanas promoviendo el desarrollo generando lugares de sano esparcimiento, fomentando así que los habitantes crezcan conservando el entorno y se evita de cierta manera la migración de los lugareños a las grandes ciudades.

6.7.2.2 Alcance de la propuesta

Con el diseño de un plan de promoción turística se pretende ofrecer a los GAD's parroquial como cantonal, involucrados en promover el turismo una alternativa para desarrollar y explotar los recursos turísticos con los que cuentan, mediante la implementación de tácticas de promoción.

El plan permitirá a los involucrados explotar los recursos con los que cuenta como el clima, atractivos naturales, historia, mantos acuíferos, entre otros. Ofreciendo a los turistas una alternativa diferente, ya que por el número de atractivos se puede practicar diferentes actividades, brindando de esta manera turistas potenciales que generen ingresos a los GAD's.

El presente plan brindara herramientas que ayuden a la difusión de los recursos con los que cuenta la parroquia, dándose así a conocer para atraer el turismo, se propondrá una ruta conjunta de los mismos para su mejor explotación y dará lineamientos para buscar alianzas que ayuden a lograr los objetivos.

Diseño del plan de promoción turística que permita mejorar la afluencia de turistas a la Parroquia Sucre, Cantón Patate.

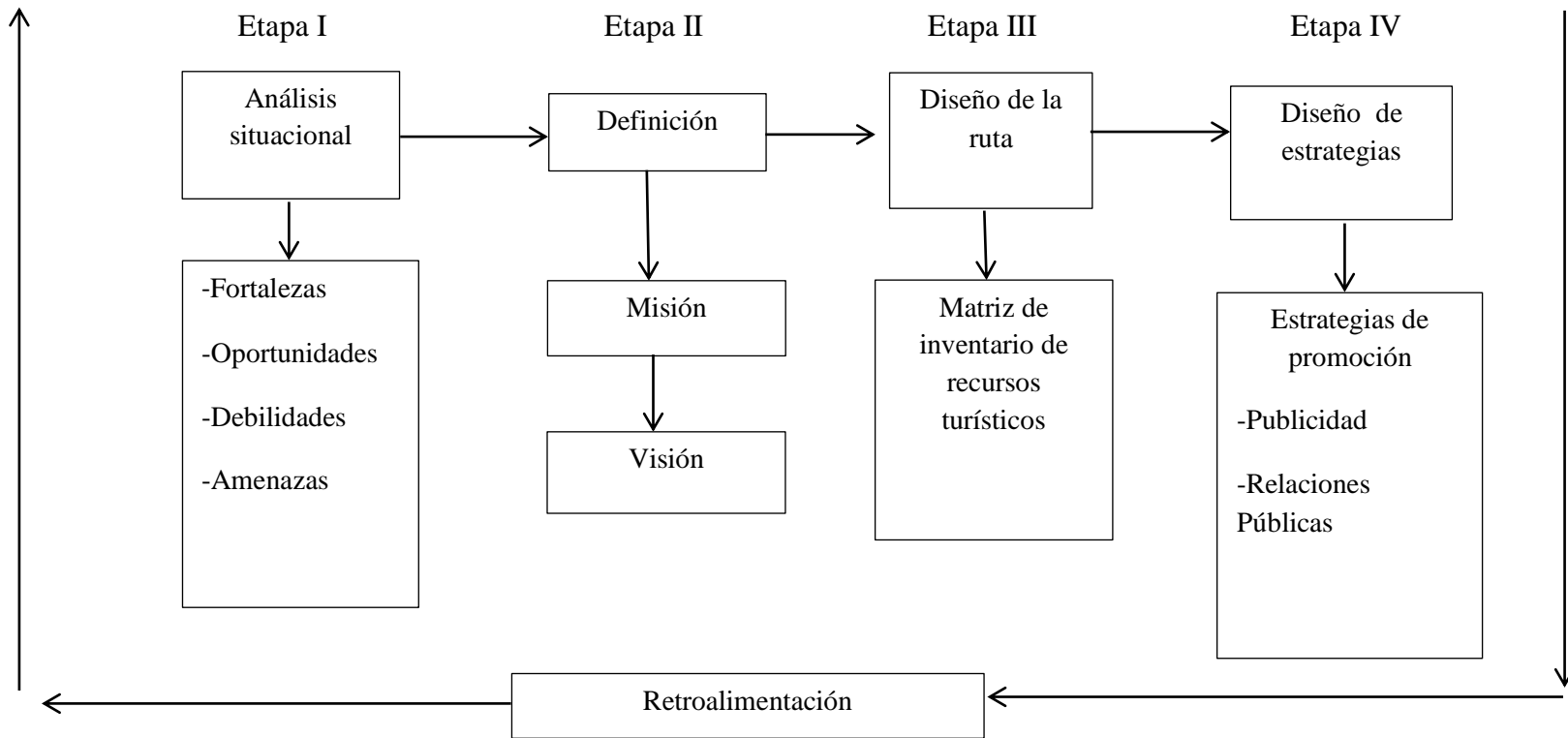


Gráfico N.-14 Diseño del plan de promoción turística
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

6.7.2.3 Desarrollo de plan de promoción turística

Etapa I: Análisis situacional de la Parroquia Sucre del Cantón Patate

La actividad turística del país en los últimos años ha tomado realce para el desarrollo e inversión de empresarios, dando así diversidad de opciones y posibles destinos a los turistas, pero dentro de esta zona aún existen recursos explotables que se pueden convertir rentables para mayor afluencia de turistas, pero por falta de conocimientos no se los ha identificado de la manera correcta ya que se cuenta con gran riqueza natural, la cual con una debida administración y con la inversión económica adecuada, se puede su explotación para un beneficio en común.

Es por ello que para conocer con detalles los recursos turísticos y las deficiencias que pueden existir es necesario elaborar un análisis situacional de la parroquia Sucre del cantón Patate.

6.7.2.3.1 Análisis FODA de la parroquia Sucre

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> -Cuenta con un clima variado. -Posee un alto nivel de riquezas naturales: flora, fauna, lagunas, cascadas, entre otros. -Cercanía desde sus alrededores. -Cuenta con riqueza natural, cultural y gastronómica y que los habitantes la mantienen activa. -La distingue la fuerza de la industria ancestral. -Cuenta con vías de segundo orden para su acceso. -Mantiene un centro de interpretación para brindar información a quien lo necesite. -Cuenta con un centro de salud pública con equipos de última generación. 	<ul style="list-style-type: none"> -Creación y promoción de redes turísticas -Atracción de inversión -Apoyo al sector turístico por parte del gobierno central mediante Ministerio de Turismo. -Oportunidad de crear oferta hotelera local. -Desarrollar proyectos en conjunto con el GAD de Patate para buscar financiamiento con ONG'S. -Su entorno da lugar a una posición ventajosa en el turismo.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> -Ausencia de promoción como destino turístico. -Mal estado de las calles dentro de la comunidad y falta de señalización vial. -Carencia de hoteles y lugares de descanso. -Empirismo en aspectos de gestión turística por parte de la entidad especial de turismo dentro del GAD parroquial. 	<ul style="list-style-type: none"> -Carece de información necesaria en caso de enfrentar desastres naturales. -Poca colaboración por parte de algunos habitantes en relación a información que el turista amerite. -Escasa infraestructura turística que limita la comodidad del turista.

Cuadro N 19 Análisis FODA de la parroquia Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

6.7.2.4 Definición de la misión y visión de lo propuesta

ETAPA II: Definición de misión y visión del plan

Para la elaboración del plan de promoción turística se deben definir los objetivos que se pretenden alcanzar en el mismo, así como también es importante elaborar una misión y visión que al implementarlo muestre el alcance a futuro.

Misión:

Resaltar los recursos turísticos, productos y servicios que posee la parroquia Sucre, del cantón Patate mediante estrategias que promuevan e incentiven el turismo de la zona.

Visión:


Convertir a la parroquia Sucre del cantón Patate en receptor turístico, mediante la difusión y explotación adecuada de los recursos turísticos que cuenta.

6.7.2.5 Inventario de recursos turísticos y diseño de la ruta


ETAPA III: Inventario de recursos turísticos y diseño de la ruta

6.7.2.5.1 Inventario de recursos turísticos

Se debe dar importancia a los recursos con los que cuenta la parroquia, y que puedan servir para el desarrollo del turismo en la comunidad, para esto se debe realizar un inventario de los recursos turísticos donde estarán especificados los recursos naturales y culturales que servirán para formar el plan de promoción turística de la parroquia Sucre.

<i>Nombre del recurso</i>	<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	<i>Subtipo</i>	<i>Jerarquía (0 a 3)</i>
Sacha Pato	Sitio natural	Lugares de observación de flora y fauna	Reserva de flora y fauna	3 ***
				
<p>Ubicación: Parroquia Sucre, Cantón Patate, Provincia de Tungurahua.</p> <p>Medio de acceso: Caminata, cabalgata, acceso en automóvil hasta la vía que conecta con el páramo de Púlpito.</p> <p>Características: Es un camino pintoresco rodeado de flora y fauna propia del sector a 3000 m.s.n.m., se puede realizar, camping, caminatas ecológicas, cabalgatas y exploraciones, entre las especies vegetales se puede observar orquídeas, mortiños, pajonales, carachambas, entre la fauna podemos encontrar lobos, osos de anteojos, ardillas, etc.</p>				

Cuadro N.- 20 Inventario Turístico Sacha Pato
 Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

<i>Nombre del recurso</i>	<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	<i>Subtipo</i>	<i>Jerarquía (0 a 3)</i>
Lagunas de Yanacocha	Sitio natural	Lagos, lagunas y esteros	Sendero	3 ***
				
<p>Ubicación: Parroquia Sucre, Cantón Patate, Provincia de Tungurahua.</p> <p>Medio de acceso: Vehículo 4x4, caminata, cabalgata.</p> <p>Características: Lo constituyen 3 lagunas, la primera de 15 de largo por 5 de ancho, a 20 m. se encuentra la segunda que mide 35 m. de largo por 10 de ancho. Y finalmente a 10 m. esta la tercera que tiene aproximadamente unos 40 m. de diámetro. Sus aguas son puras y sin contaminación, las lagunas son alimentadas por las constantes lluvias que se hacen presentes en la zona</p>				

Cuadro N.-21 Inventario Turístico Laguna Yanacocha
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

<i>Nombre del recurso</i>	<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	<i>Subtipo</i>	<i>Jerarquía (0 a 3)</i>
Laguna El Pujín	Sitios Naturales	Lagos, lagunas y esteros	Sendero	3 ***




Ubicación: Parroquia Sucre, Cantón Patate, Provincia de Tungurahua a 2600 m.s.n.m.


Medio de acceso: Caminata, cabalgata.

Características: La constituye una sola laguna entre los límites de Pillaro y Patate hacia el nororiente, entre las especies vegetales se destacan las orquídeas, bromelias y plantas con colores de flores vistosos, entre las aves se destacan, jilgueros, colibríes, entre otros, las actividades que se pueden realizar son trekking y cabalgata.

Cuadro N.-22 Inventario Turístico Laguna El Pujín Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

<i>Nombre del recurso</i>	<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	<i>Subtipo</i>	<i>Jerarquía (0 a 3)</i>
Mirador de Pulpito	Sitio natural	Lugar de observación de flora y fauna	Sendero	3 ***
				
<p>Ubicación: Parroquia Sucre, Cantón Patate, Provincia de Tungurahua.</p> <p>Medio de acceso: Caminata, cabalgata es necesario la ayuda de un guía nativo ya que existe neblina.</p> <p>Características: Tiene aproximadamente una superficie de 100 m. de diámetro. Desde aquí se puede observar los cantones Pelileo, Pillaro, Quero, Cevallos, Mocha, Ambato, y la majestuosidad de los volcanes Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi y los nevados Altar y los Ilinizas. Entre las especies más representativas del páramo se tiene: almohadillas, pajonales, trébol, romerillo, orejuela, cacho de venado, achupalla, etc. Entre las especies animales silvestres podemos encontrar: curiquingue, pato silvestre, pava de monte, lobos, venados, conejos de páramo, llamas, etc.</p>				

Cuadro N.-23 Inventario Turístico Mirador Pulpito
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

<i>Nombre del recurso</i>	<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>		<i>Subtipo</i>	<i>Jerarquía (0 a 3)</i>
Río Quillотор	Sitio natural	Río		Rápidos o raudales	3 ***
					
<p>Ubicación: Parroquia Sucre, Cantón Patate, Provincia de Tungurahua.</p> <p>Medio de acceso: Caminata, cabalgata, es necesario la ayuda de un guía nativo.</p> <p>Características: El río Quillотор está ubicado en la parte posterior del cerro de púlpito, en el lugar se puede practicar la pesca deportiva ya que en sus aguas existen truchas, a su alrededor podemos observar gran variedad de especies vegetales tales como: romerillo, puma maqui, chilca, musgo, helechos, entre otros, en fauna podemos encontrar: gorriones, pájaro brujo, mirlo, ranas, perdiz, raposas, entre otros.</p>					

Cuadro N.-24 Inventario Turístico Río Quillотор
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

<i>Nombre del recurso</i>	<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	<i>Subtipo</i>	<i>Jerarquía (0 a 3)</i>
Chorrera de Caniluco	Sitio natural	Caídas de agua	Cascada	3 ***




Ubicación: Parroquia Sucre, Cantón Patate, Provincia de Tungurahua.

Medio de acceso: Vehículo 4x4, caminata, cabalgata

Características: Aproximadamente una caída de 9 metros, de abundante agua cristalina, la flora del sector es diversa ya que se puede encontrar: romerillo, chilca, quishuar, tarquí guayusa, arrayán, laurel, musgo, helechos, etc. Entre las especies animales de la zona podemos observar: Gorriones, colibríes, golondrinas, raposas, ranas, curianguines, pavas de monte, entre otros.

Cuadro N.- 25 Inventario Turístico Chorrera Caniluco
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

<i>Nombre del recurso</i>	<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	<i>Subtipo</i>	<i>Jerarquía (0 a 3)</i>
Lagunas de Sudahua	Sitio natural	Lagos, lagunas y esteros	Sendero	3 ***
				
<p>Ubicación: Parroquia Sucre, Cantón Patate, Provincia de Tungurahua.</p> <p>Medio de acceso: Vehículo 4x4, caminata, cabalgata</p> <p>Características: Las lagunas de Sudahua se encuentran en El Sucre en el cerro del mismo nombre. Son dos lagunas que se encuentran muy cercanas a 200 m. la una de la otra, ambas tienen un diámetro de 20 m. aproximadamente. La primera laguna tiene una forma acorazada lo cual la hace muy llamativa, sus aguas son puras y sin contaminación.</p>				

Cuadro N.- 26 Inventario Turístico Lagunas de Sudahua
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

<i>Nombre del recurso</i>	<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	<i>Subtipo</i>	<i>Jerarquía (0 a 3)</i>
Centro Cultural , Artesanal y Ancestral El Sucre	Folklore	Artesanías y artes populares	Compras	3 ***



Ubicación: Parroquia Sucre, Cantón Patate, Provincia de Tungurahua, a 3 km de la cabecera cantonal.


Medio de acceso: Automóvil, caminata

Características: El Centro Cultural, Artesanal y Ancestral El Sucre cuenta con una plaza central de 625 m². En la cual su segunda fase cuenta con un mausoleo y museo de piezas arqueológicas, información turística, gastronomía, artesanías, tejidos y confección de textiles, propios de la zona, cuanta también con una feria de comida típica que ofrece como aperitivo para los turistas cuy asado, caldo de gallina, dulces de mashua, etc, además aquí se elabora réplicas de piezas arqueológicas, de la cultura Panzaleo-Puruhá, también cuenta con estacionamientos.

Cuadro N.- 27 Inventario Turístico Centro Cultural, Artesanal y Ancestral El Sucre
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

<i>Nombre del recurso</i>	<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	<i>Subtipo</i>	<i>Jerarquía (0 a 3)</i>
Cementerio arqueológico	Museos y manifestaciones culturales	Museos	Arqueológico	2 **
				
<p>Ubicación: Parroquia Sucre, Cantón Patate, Provincia de Tungurahua.</p> <p>Medio de acceso: Automóvil, caminata</p> <p>Características: El cementerio arqueológico se encuentra junto al cementerio general de la parroquia está cubierto de pasto y rodeado de franjas agrícolas, es un lugar libre de excavación ya que en los últimos años se ha prohibido esta actividad porque se estaban vendiendo las piezas de cerámica que se encontraban a los extranjeros.</p>				

Cuadro N.- 28 Inventario Turístico Cementerio Arqueológico
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

<i>Nombre del recurso</i>	<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	<i>Subtipo</i>	<i>Jerarquía (0 a 3)</i>
Iglesia San Francisco	Folklore	Manifestaciones religiosas	Arquitectura Religiosa	2 **
				
<p>Ubicación: Parroquia Sucre, Cantón Patate, Provincia de Tungurahua, se encuentra ubicada en la plaza central de la parroquia.</p> <p>Medio de acceso: Automóvil, caminata</p> <p>Características: Construcción de tipo colonial y moderno, la fachada de la edificación está constituida por tres torres, dos pequeñas y una cúspide grande en el centro, cada una de ellas tiene una pequeña cruz. En la parte interna, el altar fue construido de madera lugar en donde se encuentra el patrono de la parroquia.</p>				

Cuadro N.- 29 Inventario Turístico Iglesia de San Francisco
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)


<i>Nombre del recurso</i>	<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	<i>Subtipo</i>	<i>Jerarquía (0 a 3)</i>
Grupo étnico	Folklore	Etnias	Identidad	2 **



Ubicación: Parroquia Sucre, Cantón Patate, Provincia de Tungurahua.

Características: Pertenecen a la etnia Patate-Urco, el hombre utiliza pantalón blanco, camisa blanca, poncho rojo, sombrero blanco y la mujer utiliza anaco de lana de borrego, blusa, una bayetilla, sombrero blanco. Su alimentación consta de granos secos (maíz, morocho, habas, frejol, trigo, cebada,) es decir hacen coladas de maíz, haba, muelen la cebada y obtiene la machica.

Cuadro N.- 30 Inventario Turístico Grupo Étnico
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

<i>Nombre del recurso</i>	<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>	<i>Subtipo</i>	<i>Jerarquía (0 a 3)</i>
Octavas de Corpus Christi	Folklore	Artesanías y artes populares	Identidad	2 **
				
<p>Ubicación: Parroquia Sucre, Cantón Patate, Provincia de Tungurahua, calles de la comunidad.</p> <p>Medio de acceso: Automóvil, caminata.</p> <p>Características: Julio 2 y 3, en esta celebración los habitantes de El Sucre, realizan una misa campal, parada o desfile de flores, se disfrazan de borregos o “mochos”, toros y la tradición de ir botando ceniza a la cara de los asistentes, acuden también bandas de pueblo y se realiza pirotecnia. Esta fiesta celebra la tapada y arada de las semillas de maíz, trigo y cebada, en un ambiente festivo lleno de música, disfraces y algarabía popular.</p>				

Cuadro N.- 31 Inventario Turístico Octavas de Corpus Christi
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

6.7.2.5.2 Servicios turísticos

Es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteados por la composición socio-económica de una determinada corriente turística.

Este va de la mano con el conjunto de interacciones humanas, como transporte, hospedaje, diversiones, enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones. (Martinez, 2009).

6.7.2.5.3 Transporte

Existe disponibilidad de camionetas que trasladan a las personas que deseen llegar a la parroquia Sucre desde el centro de Patate, el costo es de 0,50 ctvs. Y además se ha propuesto la creación de una línea de buses que arrancan cada 40 minutos desde el centro de Patate, esto ha generado conflictos con los propietarios de las camionetas que trasladan a las personas hasta la parroquia.

6.7.2.5.4 Gastronomía

El plato típico de la parroquia Sucre es el cuy y conejo asado, caldo de gallina criolla, el ají con pepa de zambo y el dulce de mashua, su valor es de \$ 5,50 todo esto se ofrece al usuario en el Centro Cultural y Ancestral El sucre en el área de gastronomía.

6.7.2.5.5 Otros

La parroquia Sucre cuenta con el complejo turístico, Finca Turística Monte María, ofrece servicios de restaurante, sala de reuniones y recepciones, canchas deportivas, piscina, sauna, turco hidromasaje, centro de negocios, juegos infantiles, áreas verdes, paseos ecológicos, pesca deportiva y cabalgata.

6.7.2.5.6 Diseño de la Ruta turística de la parroquia Sucre

Las rutas turísticas están organizadas en función de un producto o de un rasgo cultural característico que les da su nombre, El interés primordial es incentivar el consumo de un elemento que se da en abundancia para promover el desarrollo local.

Morales (2000) plantea que las rutas turísticas dependen principalmente de los recursos culturales y naturales que posee una zona, tomando en cuenta el tipo de público al cual se desea llegar, debido a que la ruta permitirá a los visitantes ser partícipes de situaciones curiosas y eventos ajenos a su cotidianidad.

- La ruta debe construirse sobre la base de una actividad específica que la distinga y la diferencie, es decir, debe tener un nexo de cohesión común, que es el elemento clave para que el turista se sienta atraído por este tipo de turismo.
- El itinerario turístico debe desarrollarse sobre la base de una red viaria u otro tipo de vía de comunicación, ya que este elemento es fundamental para el traslado de los turistas. La no existencia de esta red vial implica la necesidad por parte de los diseñadores de las rutas de tomar medidas de transporte alternativas para los turistas. (Rodriguez , 2009).

En vista de la necesidad de dar a conocer los recursos turísticos con los cuales cuenta la parroquia Sucre y el deseo de que los turistas lleguen fluidamente surge la creación de una ruta turística de los distintos atractivos turísticos.

El mercado meta de la ruta estará orientada a todo hombre y mujer mayores de 18 años con capacidad adquisitiva desde media-baja hasta alta.

La ruta está conformada por la visita a los distintos recursos turísticos que ofrece la parroquia, será un viaje planificado para desarrollarse durante el día, y los paseos turísticos partirán desde la cabecera parroquial de Sucre.

6.7.2.5.7 Diseño de los productos turísticos

Nombre de producto: Sacha Pato

Duración: Un día

Carácter: Natural-Cultural

Mercado objetivo: Turistas nacionales y extranjeros

Dificultad: Moderado

Recorrido: Ambato-Patate-Sucre-Sacha Pato-Sucre-Ambato.

Llegada a la parroquia Sucre, visita a la iglesia parroquial, el traslado se dará inicio con un recorrido en camioneta por la carretera vía al páramo de Púlpito después se iniciará una caminata aproximada de 50 metros visitando Sudahua y Yanacocha, observando la vida natural que existe alrededor; además una vez terminada la excursión, se trasladará a los visitantes hacia el Centro Cultural, Artesanal y Ancestral El Sucre en donde podrán alimentarse y también podrán realizar compras de artesanías y hacer uso de sus instalaciones.

Itinerario:

7:00 Concentración en el Terminal Intercantonal de Ambato

7:00-7:45 Transfer centro de Patate-Parroquia Sucre

8:00-9:00 Transfer de Sucre-Sacha Pato

9:00-12:30 Caminata, llegada y visita al atractivo natural

12.30-14:30 Transfer centro de la Parroquia Sucre

14:30-15:00 Llegada y almuerzo en el Centro Cultural, Artesanal y Ancestral El Sucre

16:45 Retorno ciudad de Ambato.

Qué Llevar:

-Documentos personales

-Cámara fotográfica o filmadora

-Ropa cómoda (chaquetas abrigadas, chubasquero, botas de caucho, gorra, protector solar)

-Agua, frutas, snacks

Atractivos:

- Sacha Pato

Actividades:

-Fotografía, caminata e interpretación

Nombre del producto: Lagunas de Sudahua

Duración: 1 día

Carácter: Natural-cultural

Mercado objetivos: Turistas nacionales y extranjeros

Dificultad: Moderado

Recorrido: Ambato-Patate-Sucre-Lagunas de Sudahua-Sucre-Ambato.

Llegada a la parroquia Sucre, la congregación se llevará a cabo en la plaza parroquia, posteriormente se iniciará el recorrido de 5 minutos en camioneta hacia las Lagunas de Sudahua, pasando por el chaquiñán que lleva hacia el páramo de Pulpito, después se realizará a una caminata aproximada de 30 metros hasta llegar al atractivo natural, observando la flora y fauna que existe alrededor; además una vez terminada la excursión, se transportará a los turistas hacia el Centro Cultural, Artesanal y Ancestral El Sucre donde podrán alimentarse y hacer uso de sus instalaciones.

Itinerario:

7:00 Concentración en el Terminal Intercantonal de Ambato

7:00-8:00 Transfer Parroquia Sucre-Lagunas de Sudahua

8:00-12:30 Caminata, llegada y visita al atractivo natural

12.30-14:00 Transfer centro de Sucre

14:30-15:00 Llegada y almuerzo en el Centro Cultural, Artesanal y Ancestral El Sucre

16:30 Retorno ciudad de Ambato.

Qué Llevar:

-Documentos personales

-Cámara fotográfica o filmadora

-Ropa cómoda (chompas abrigadas, botas de caucho, ropa de baño si desea, gorra)

-Agua, frutas, snacks

Atractivos:

-Lagunas de Sudahua

Actividades:

-Fotografía, caminata e interpretación.

Nombre del producto: Lagunas de Yanacocha

Duración: 1 día

Carácter: Natural-cultural

Mercado objetivos: Turistas nacionales y extranjeros

Dificultad: Moderado

Recorrido: Ambato-Patate-Sucre-Lagunas de Yanacocha-Sucre-Ambato.

Una vez ubicados en la parroquia Sucre, la concentración se la realizará en la plaza parroquia, posteriormente se dará inicio del recorrido hacia las Lagunas de Yanacocha, en camioneta hasta donde se pueda acceder con auto, después se iniciará una caminata de aproximadamente dos horas hasta llegar al cerro de Sucre lugar en el cual están ubicadas las lagunas, admirando la belleza natural que existe en el contorno; además una vez terminada la excursión, se llevará a los turistas hacia el Centro Cultural, Artesanal y Ancestral donde podrán alimentarse, realizar compras de artesanías y hacer uso de sus instalaciones.

Itinerario:

7:00 Concentración en el Terminal Intercantonal de Ambato

7:00-7:45 Transfer centro de Patate-Parroquia Sucre-Lagunas de Yanacocha

8:00-12:30 Caminata, llegada y visita al atractivo natural

12.30-14:00 Transfer plaza parroquial de Sucre

14:30-15:00 Llegada y almuerzo en el Centro Cultural, Artesanal y Ancestral El Sucre

16:30 Retorno ciudad de Ambato.

Qué Llevar:

-Documentos personales

-Cámara fotográfica o filmadora

-Ropa cómoda (chompas abrigadas, chubasquero, botas de caucho, gorra, protector solar)

-Agua, frutas, snacks

Atractivos:

-Lagunas de Yanacocha

Actividades:

-Fotografía, caminata e interpretación.

Nombre de producto: Centro Cultural, Artesanal y Ancestral de Sucre

Duración: Un día

Carácter: Natural-Cultural

Mercado objetivo: Turistas nacionales y extranjeros

Dificultad: Moderado

Recorrido: Ambato-Patate-Sucre- Centro Cultural, Artesanal y Ancestral de Sucre-Finca Turística Monte María-Ambato.

Llegada a la parroquia Sucre, visita a la iglesia parroquial, posteriormente el traslado hacia el Centro Cultural, Artesanal y Ancestral El Sucre; donde se realizará una visita a las diferentes áreas de interés que ofrece el centro cultural, donde se podrá realizar la observación de piezas arqueológicas y además los turistas podrán adquirir las artesanías degustar de la gastronomía que allí se ofrecen, una vez culminada la visita, los turistas tomarán rumbo hacia la Finca Turística Monte María donde podrán hacer uso de sus instalaciones.

Itinerario:

7:00 Concentración en el Terminal Intercantonal de Ambato

7:00-7:45 Transfer centro de Patate-Parroquia Sucre

8:00-9:00 Transfer hacia el Centro, Cultural, Artesanal y Ancestral

9:00-12:00 Visita y recorrido de las instalaciones

12.30-13:00 Transfer centro de la Parroquia Sucre

13:30-14:00 Llegada y almuerzo en El Centro Cultural y Ancestral El Sucre

14:45-18:30 Transfer hacia el Complejo Turístico Monte María

19:00 Retorno ciudad de Ambato.

Qué Llevar:

-Documentos personales

-Cámara fotográfica o filmadora

-Ropa cómoda (chompas abrigadas, chubasquero, ropa de baño si desea, gorra, protector solar)

-Agua, frutas, snack

Atractivos:

-Centro, cultural, artesanal y ancestral

-Finca Turística Monte María

Actividades:

-Fotografía, interacción y recreación.

Nombre del producto: Laguna El Pujín

Duración: 1 día

Carácter: Natural-cultural

Mercado objetivos: Turistas nacionales y extranjeros

Dificultad: Moderado

Recorrido: Ambato-Patate-Sucre-Laguna El Pujín -Sucre-Ambato.

Llegada a la parroquia Sucre, la concentración será en la plaza parroquia, después el traslado hacia la Laguna El Pujín, donde se iniciará un recorrido en camioneta por el camino que lleva hacia el páramo de Pulpito tomando dirección hacia el nororiente hasta donde se pueda acceder con auto, después se iniciará una caminata aproximadamente de 9 Km. y tres horas hasta llegar al atractivo natural admirando la hermosura natural que existe alrededor; además una vez terminada la excursión, de regreso se trasladará a los turistas hacia el Centro Cultural, Artesanal y Ancestral El Sucre, donde podrán alimentarse y hacer uso de sus instalaciones.

Itinerario:

7:00 Concentración en el Terminal Intercantonal de Ambato

7:00-7:45 Transfer plaza central de Sucre-Laguna El Pujín

8:00-12:30 Caminata, llegada y visita al atractivo natural

12.30-14:00 Transfer centro de Sucre

14:00-15:30 Llegada y almuerzo en El Centro Cultural, Artesanal Y Ancestral El Sucre

16:45 Retorno ciudad de Ambato

Qué Llevar:

-Documentos personales

-Cámara fotográfica o filmadora

-Ropa cómoda (chompas abrigadas, chubasquero, botas de caucho, ropa de baño si desea, gorra, protector solar)

-Agua, frutas, snacks

Atractivos:

-Laguna el Pujín

Actividades:

-Fotografía, caminata e interpretación.

Nombre del producto: Chorrera de Caniluco

Duración: 1 día

Carácter: Natural-cultural

Mercado objetivos: Turistas nacionales y extranjeros

Dificultad: Moderado

Recorrido: Ambato-Patate-Sucre-Chorrera de Caniluco -Sucre-Ambato.

Llegada a la parroquia Sucre, la concentración será en la plaza parroquia, después el traslado hacia la Chorrera de Caniluco, donde se iniciará un recorrido en camioneta aproximadamente de 10 minutos por el camino que lleva hacia el páramo de Pulpito tomando dirección hacia el nororiente hasta donde se pueda acceder con auto, después se iniciará una caminata aproximadamente de 2 Km. y una hora y media aproximadamente de caminata hasta llegar al atractivo natural admirando la hermosura natural que existe alrededor; además una vez terminada la excursión, se trasladará a los turistas hacia el Centro Cultural, Artesanal y Ancestral El Sucre, donde podrán alimentarse y hacer uso de sus instalaciones.

Itinerario:

7:00 Concentración en el Terminal Intercantonal de Ambato

7:00-7:45 Transfer plaza central de Sucre-Chorrera de Caniluco

8:00-12:30 Caminata, llegada y visita al atractivo natural

13:00-15:00 Transfer centro de Sucre

15:00-16:00 Llegada y almuerzo en El Centro Cultural, Artesanal Y Ancestral El Sucre

17:30 Retorno ciudad de Ambato

Qué Llevar:

-Documentos personales

-Cámara fotográfica o filmadora

-Ropa cómoda (chompas abrigadas, chubasquero, botas de caucho, ropa de baño si desea, gorra, protector solar)

-Agua, frutas, snacks

Atractivos:

- Chorrera de Caniluco

Actividades:

-Fotografía, caminata, e interpretación.

Nombre del producto: Río Quillotoro

Duración: 1 día

Carácter: Natural-cultural

Mercado objetivos: Turistas nacionales y extranjeros

Dificultad: Moderado

Recorrido: Ambato-Patate-Sucre-Río Quillotoro-Sucre-Ambato.

Llegada a la parroquia Sucre, la concentración se llevará a cabo en la plaza parroquial, después se dará inicio del recorrido hacia el Río Quillotoro, donde se ejecutará un recorrido en camioneta por el camino que lleva hacia el páramo de Pulpito tomando dirección hacia el norte a través del páramo, dando inicio a una caminata aproximada de 8 km. y 2 horas y media hasta llegar a las orillas del río donde se podrá realizar pesca deportiva, y también admirar la hermosura natural que existe alrededor; una vez terminada la excursión, se trasladará a los turistas hacia el Centro Cultural, Artesanal y Ancestral El Sucre, donde podrán alimentarse y hacer uso las instalaciones.

Itinerario:

7:00 Concentración en el Terminal Intercantonal de Ambato

7:00-7:45 Transfer plaza central de Sucre-Chorrera de Caniluco

8:00-12:30 Caminata, llegada y visita al atractivo natural

13:00-15:00 Transfer al centro de Sucre

15:00-16:00 Llegada y almuerzo en El Centro Cultural, Artesanal y Ancestral El Sucre

17:30 Retorno ciudad de Ambato

Qué Llevar:

-Documentos personales

-Cámara fotográfica o filmadora

-Ropa cómoda (chompas abrigadas, chubasquero, botas de caucho, ropa de baño si desea, gorra, protector solar)

-Agua, frutas, snacks

Atractivos:

- Río Quillotoro

Actividades:

-Fotografía, caminata, e interpretación.

6.7.2.5.8 Esquemas de rutas:

Recorrido del paseo 1

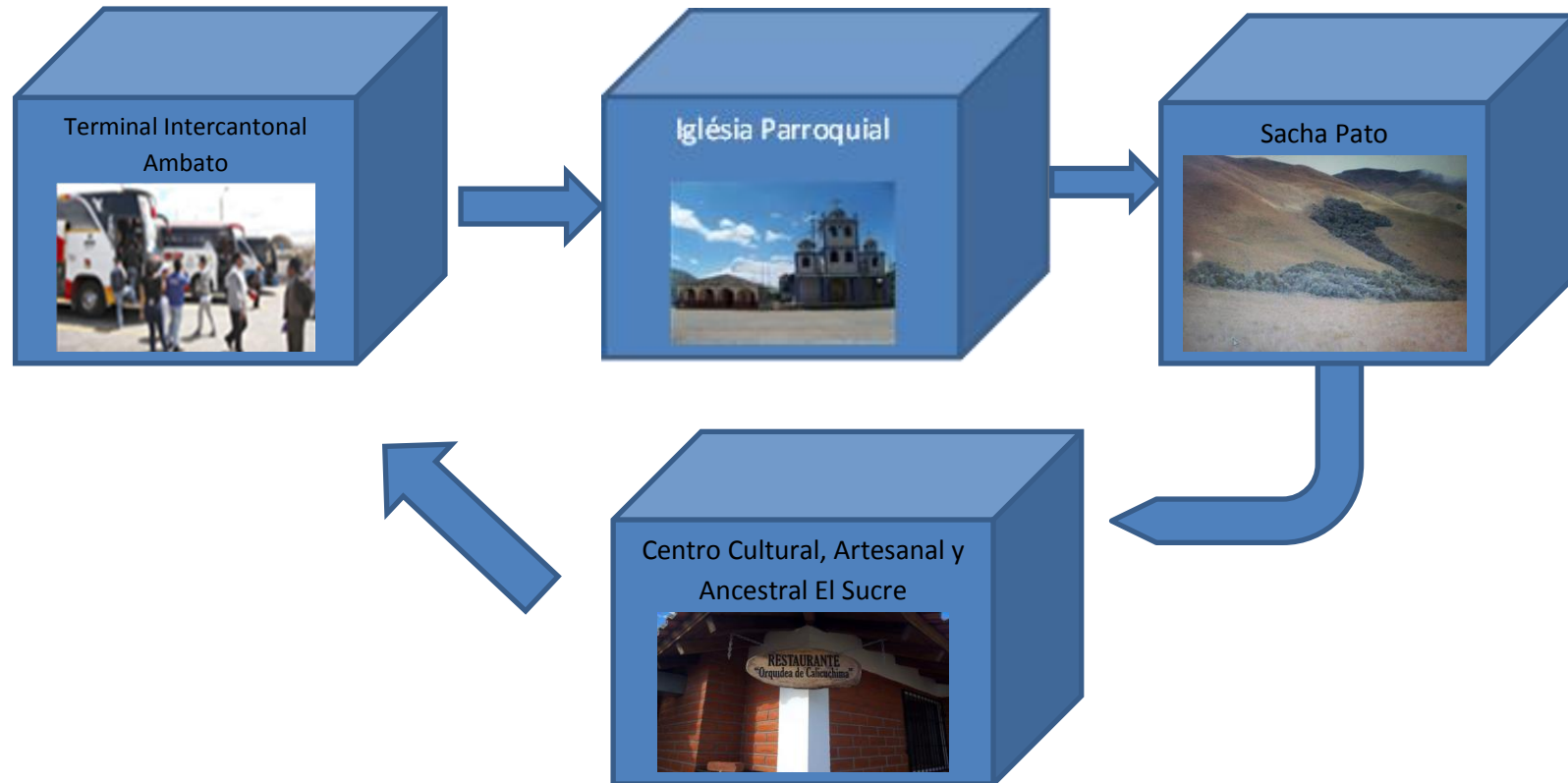


Gráfico N.- 15 Recorrido de Paseo 1
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

Recorrido del paseo 2

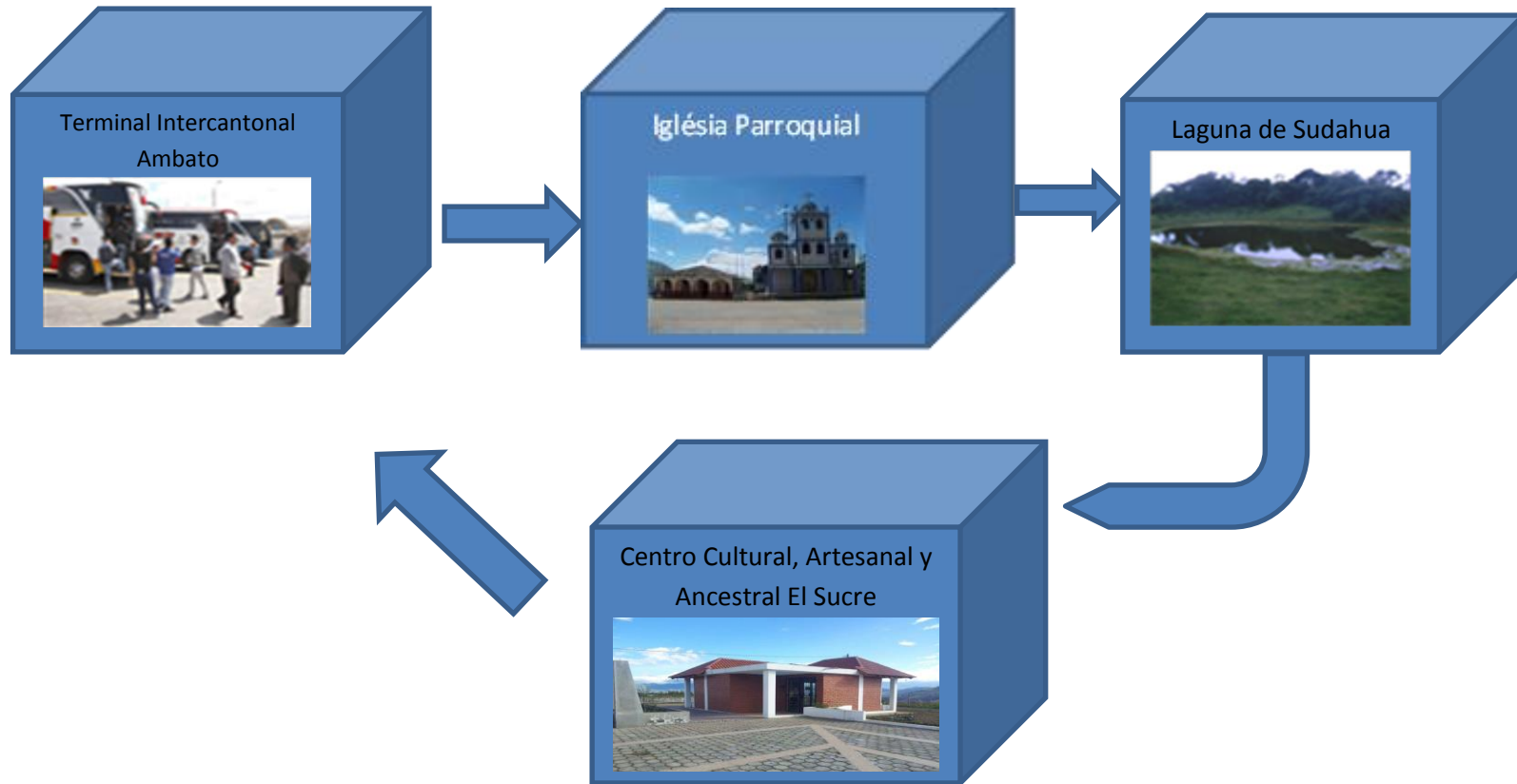


Gráfico N.- 16 Recorrido del Paseo 2
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

Recorrido del paseo 3

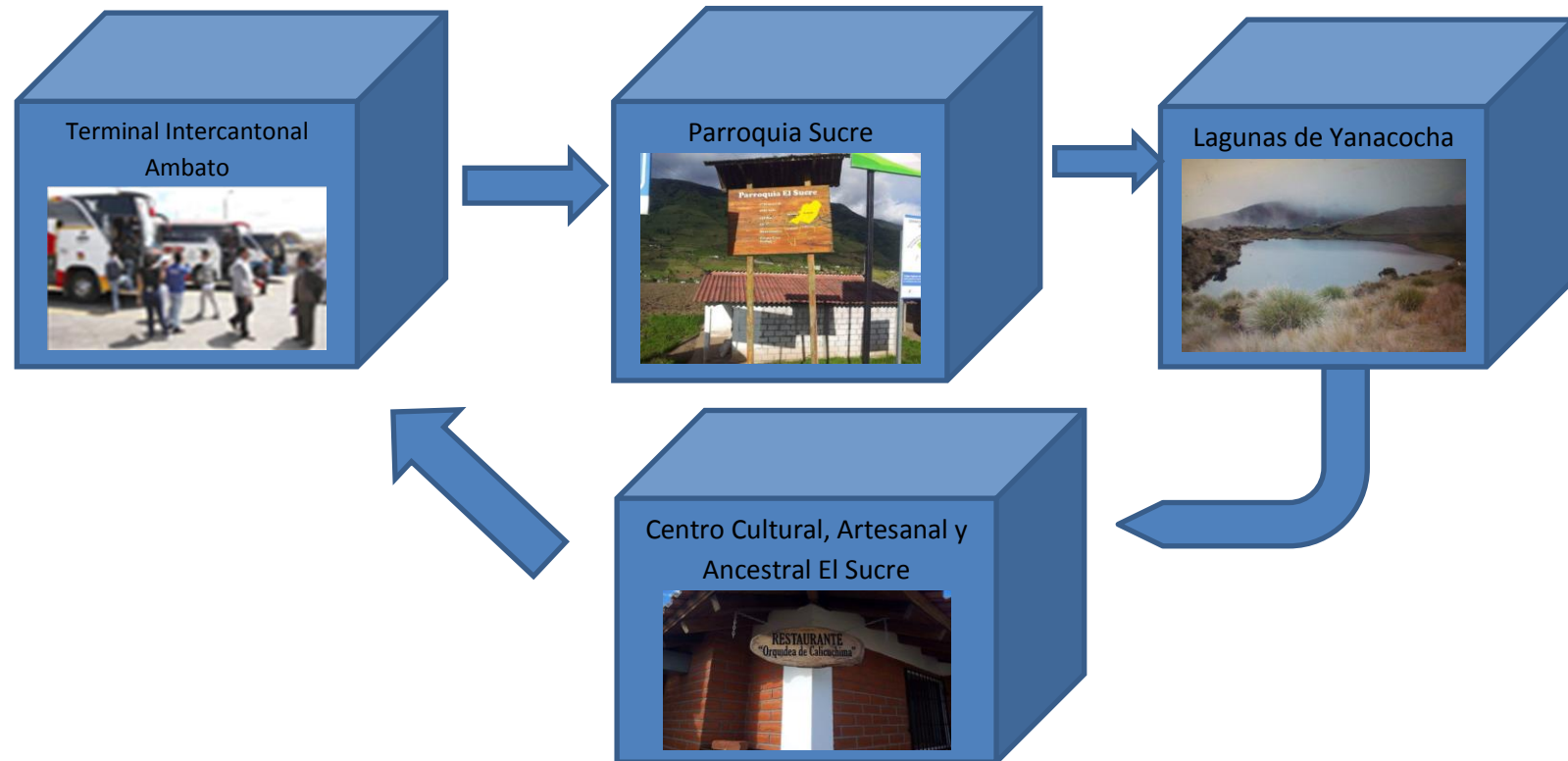


Gráfico N.- 17 Recorrido del Paseo3
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

Recorrido del paseo 4



Gráfico N.- 18 Recorrido Paseo 4
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

Recorrido del paseo 5

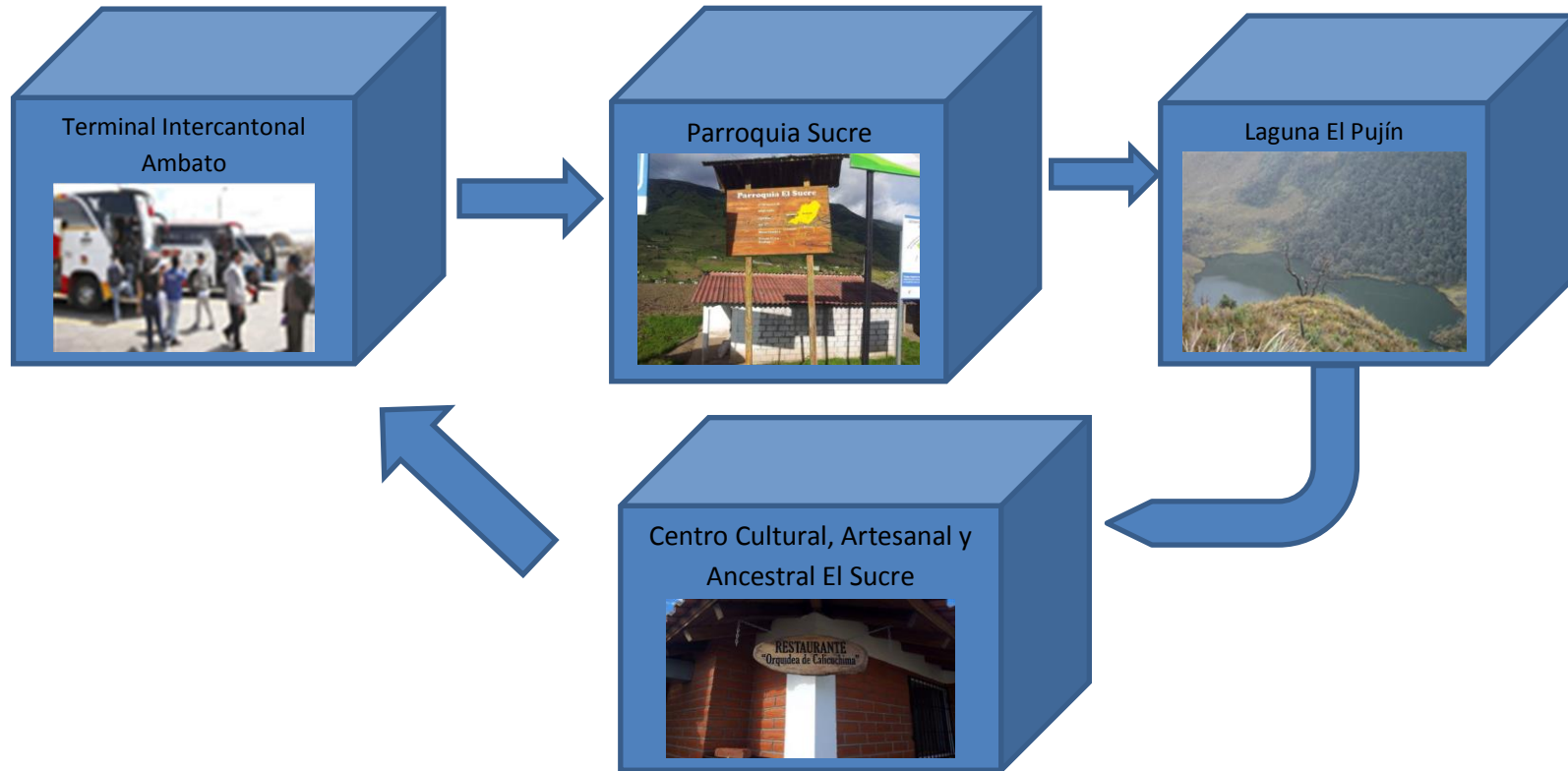


Gráfico N.- 19 Recorrido Paseo 5
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

Recorrido del paseo 6

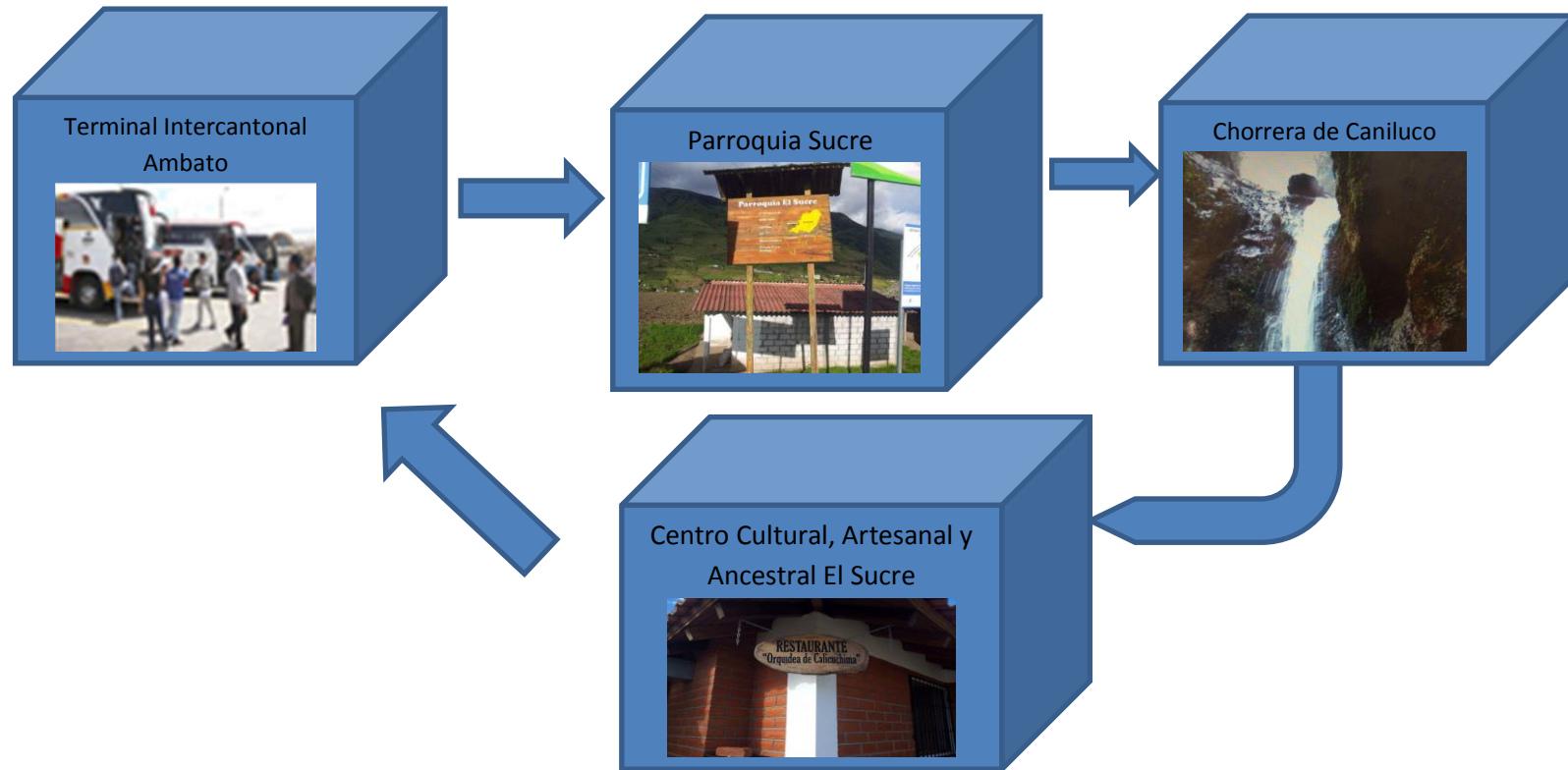


Gráfico N.- 20 Recorrido Paseo 6
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

Recorrido del paseo 7

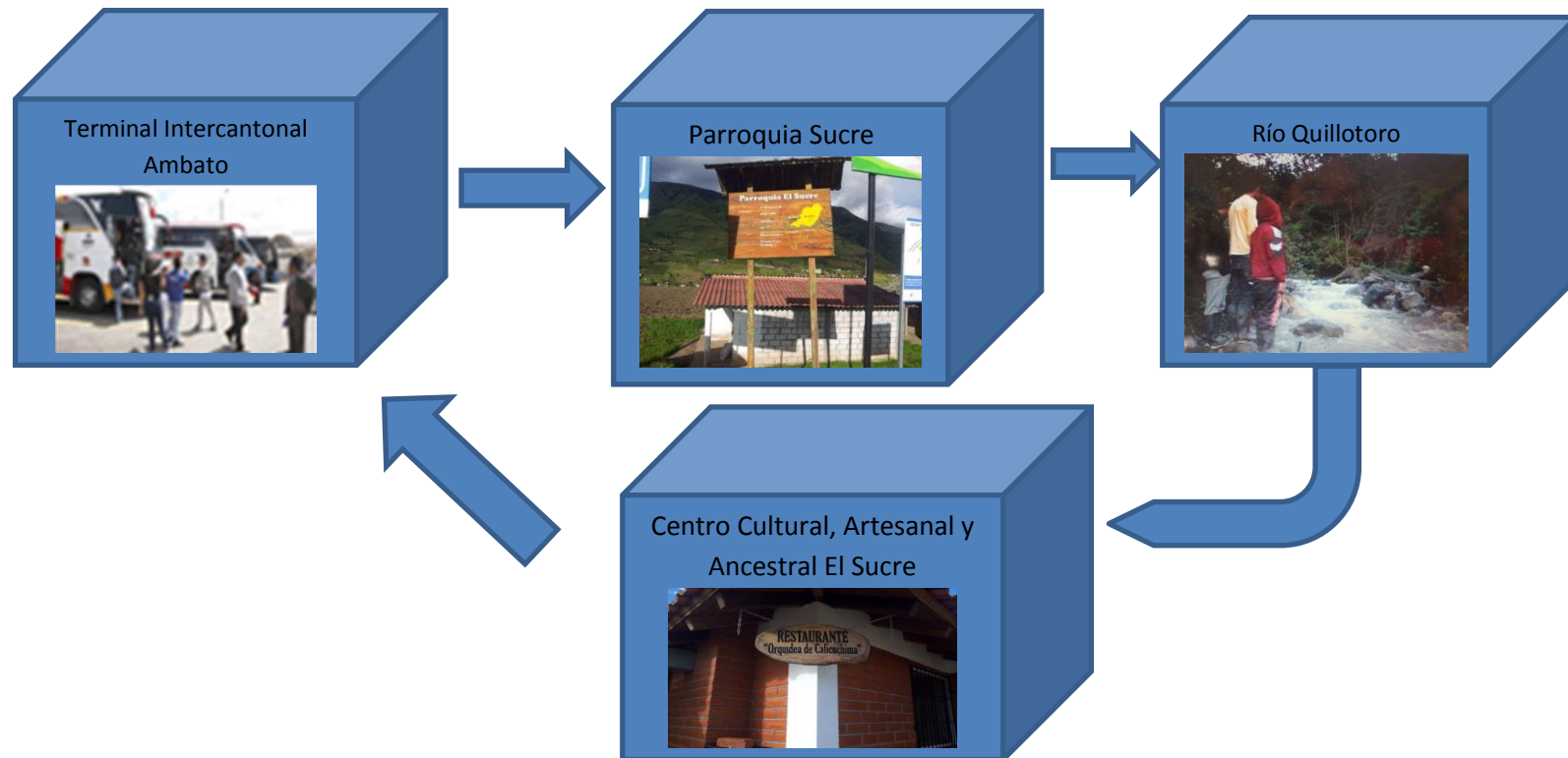


Gráfico N.- 21 Recorrido Paseo 7
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

6.7.2.6. Diseño de la Estrategia

6.7.2.6.1. Etapa IV: Estrategia de promoción

Diseñar una marca turística que permita mejorar la imagen de la parroquia y se considere como un destino turístico de una manera eficaz para el progreso del sector; a través de material impreso, publicidad visual, radio, mejorando señalética y capacitando a la comunidad en el aspecto turístico para captar la afluencia de turistas, logrando el reconocimiento en la provincia de Tungurahua y el país.

La metodología descriptiva es fundamental para el desarrollo del plan de promoción turística, datos que permitirán establecer estrategias creativas que contengan una descripción de los elementos que se usaran y que se detallaran a continuación:

Estrategias de diseño para la marca turística de la parroquia Sucre del cantón Patate.

Estrategia N.1: Diseño de la marca turística para la parroquia Sucre
Descripción: Elaborar la marca turística para mejorar la imagen de la parroquia y que ésta se considerada como un destino de aventura y recreación, para los turistas locales, nacionales y extranjeros.
Política: -Se utilizará colores llamativos propios de la pluriculturalidad de los pueblos indígenas como el verde, azul y amarillo. -La publicidad de la marca se la realizará a través de la estrategia de promoción y difusión periódicamente en un año.
Acción: Crear a través de una agencia publicitaria la marca turística para la parroquia Sucre.
Presupuesto: \$400 USD.

Cuadro N.-32 Estrategia de Diseño
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

MARCA TURISTICA



Gráfico N.- 22 Marca Turística
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

La marca turística consta de una identidad verbal SUCRE: nombre de la parroquia y LA NATURALEZA SE SIENTE: el contacto que el turista va a realizar con la naturaleza y todo lo que experimentará con los diferentes recursos turísticos.

Slogan:

“Sucre, la naturaleza se siente”

Alianzas estratégicas y convenios con operadoras de turismo

Estrategia N.2: Alianzas estratégicas y convenios con operadoras de turismo
Descripción: La alianzas con diferentes operadoras de turismo, ayudará a la promoción y difusión de los atractivos turísticos.
Política: Establecer convenios con operadoras de turismo trimestralmente por el lapso de un año.
Acción: Hacer uso de los servicios de operadoras turísticas para promocionar y difundir los atractivos turísticos por medio de la entrega de los impresos publicitarios de la parroquia.
Presupuesto: \$800 USD.

Cuadro N.-33 Alianzas Estratégicas
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

Estrategias de impresos publicitarios

Estrategia N.-3: Impresos publicitarios
Descripción: Al realizar los trípticos y afiches se tendrá como finalidad dar a conocer información escrita y visual de los diferentes recursos turísticos que posee la parroquia.
Política: Los impresos publicitarios se los hará en un número de quinientas unidades cada mes; durante 8 meses.
Acción: Los trípticos se entregarán a entidades públicas o privadas que deseen contribuir con el desarrollo turístico de la parroquia y el cantón.
Presupuesto: \$ 2200 USD

Cuadro N.-34 Estrategias de Impresos
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

TRÍPTICO

FLORA: Las especies vegetales más comunes en las partes altas y bajas de la zona son el pumamaqui, arrayan, espadaña, yaqual, licopodio, achupalla, pajonales, orquídeas, bromelias, etc. Las lagunas en los páramos matinen poblaciones de aves acuáticas.

FAUNA: Las especies más comunes son el oso de anteojos, venado, cervicabra, patos silvestres, curiquingue, condor, gaviota andina y colibries. En los páramos y bosques andinos se han identificado 47% de las especies de mamíferos presentes en la zona, que representan un índice alto con relación al que generalmente se encuentra en estas altitudes.



GUIA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA





SUCRE:

Está ubicada al norte del cantón Patate a 2 Km del parque nacional Llanganates, su poblado se desarrolla a una altura de 2740 m.s.n.m. Sus límites son al norte parroquia Marcos Espinel y la provincia de Napo, al sur Patate y la parroquia el Triunfo, al este parroquias Río Negro y Río Verde (cantón Baños de Agua Santa), al oeste parroquia Baquerizo Moreno (Cantón Pillaro) y parroquia Los Andes, tiene una superficie de 165,8km² que representa el 52,68 % del territorio cantonal, con una temperatura promedio de 10 a 16 °C con un clima templado húmedo.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

LAGUNAS DE SUDAHUA

Son dos lagunas que se encuentran muy cercanas a 200 metros la una de la otra, ambas tienen un diámetro de 20 m. aproximadamente. La primera laguna tiene una forma acorazonada lo cual le hace muy llamativa, sus aguas son puras y sin contaminación.

LAGUNAS DE YANACOCCHA

Se llama así porque sus aguas son negras, está ubicada dentro del Parque Nacional Llanganates, se llega a través de senderos en una caminata de una hora y media aprovechando la belleza de la flora y fauna que ofrece.

LAGUNA EL PUJÍN

La constituye una sola laguna dentro del parque Nacional Llanganates entre los límites de Pillaro y Patate hacia el noroeste, entre las especies vegetales se destacan las orquídeas, bromelias y plantas con colores de flores vistosas, entre las aves se destacan, jilgueros, colibries, entre otros, las actividades que se pueden realizar son trekking y cabalgata.

CENTRO CULTURAL, ARTESANAL Y ANCESTRAL EL SUCRE

Lleva este nombre por estar ubicado en la parroquia del mismo nombre, este museo muestra algunas piezas Arqueológicas de las Culturas PANZALEO-PURUHA de una antigüedad de unos 500 años a.c y se puede comprar artesanías y degustar de la gastronomía propia del lugar.

HISTORIA Y CULTURA DE LA PARROQUIA SUCRE

Anteriormente llevaba el nombre de Patate Urco, que luego fue considerada con el nombre parroquia Sucré como un reconocimiento al gran mariscal Antonio José de Sucré quien junto a Bolívar consiguió la Libertad de los pueblos del Ecuador.



Gráfico N.- 23 Tríptico
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

El tríptico se compone de dos caras:

- En la cara externa está compuesta por la marca turística, la descripción verbal de la flora y fauna que posee el sector, el slogan “La naturaleza se siente”, el cual destaca con fotografías de los diferentes lugares que podemos visitar en la parroquia.
- En la cara interna, describe los datos informativos principales de la parroquia Sucre y sus atractivos turísticos, incluyendo fotos de los mismos que son: Centro Cultural, Artesanal y Ancestral El Sucre, Laguna El Pujín, Lagunas de Yanacocha, Laguna El Pujín, Piezas Arqueológicas, Lagunas de Sudahua, etc.

AFICHE



Gráfico N.- 24 Afiche
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

El afiche se compone de las siguientes partes:

- Marca turística.
- Frase “El rincón de Ecuador que aún no conoces”.
- Las fotografías donde se expone los atractivos turísticos del sector que se están promocionando y difundiendo.

Estrategia de publicidad visual

Estrategia N.4: Publicidad visual
Descripción: Elaboración y colocación de vallas tubulares publicitarias destinadas a informar y llamar la atención de los turistas, en donde se exponga fotografías de los recursos turísticos de la parroquia en conjunto con la marca país.
Política: -Utilizar los colores distintivos de la marca turística de la parroquia en la valla publicitaria. -Se colocará dos vallas tubulares de 8 metros de alto, en las ciudades de Ambato y Baños.
Acción: Contratar una agencia de publicidad para la construcción de vallas.
Presupuesto: \$6700 USD

Cuadro N.-35 Estrategias de Publicidad
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

VALLA PUBLICITARIA



Gráfico N.- 25 Valla Publicitaria
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

La valla publicitaria está compuesta por la marca turística de Sucre, la marca país y términos que dan realce y cualidades de lo que es Sucre, por supuesto una imagen que identifique y resalte la naturaleza con la que cuenta la zona.

Estrategia para la aplicación del spot publicitario en radio

Estrategia N.5: Estrategia para la aplicación del spot publicitario en radio
Descripción: Al establecer el spot publicitario de radio se tiene como finalidad dar a conocer las características y cualidades de la parroquia y sus recursos turísticos.
Política: Diseñar una cuña publicitaria que se aplique en los distintos medios de comunicación 4 meses durante el transcurso del año.
Acción: Contratar los servicios de los distintos medios de comunicación de buena aceptación que trasmitan el spot a la ciudadanía.
Presupuesto: \$9280 USD

Cuadro N.-36 Estrategias para aplicación de Spot
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

El diseño de la cuña publicitaria estará a cargo del o la profesional encargado/a en la producción de la misma, el cual una vez que se hayan establecido los parámetros que formaran parte de lo que se va a emitir en el mensaje, la redactara y desarrollara.

En el espacio publicitario, de 55 segundos, se combinan varios elementos que juntos dan lugar al mensaje. Se lo divide en 2 grupos para realizar su análisis: palabras y sonidos.

Ejemplo del story line

Producto: Recursos turísticos de Sucre

Medio: Radio

Duración: 55 segundos

Control: Música folklórica de fondo

Locución femenina:

Conoce Sucre y encántate con las bellezas naturales que Patate ofrece a solo 40 km de la ciudad de Ambato. Ven y disfruta de los más bellos paisajes, impresionantes cascadas, innumerables paramos, lagunas naturales ricas en vida silvestre, conoce el más reciente y nuevo centro cultural donde podrás apreciar la riqueza ancestral y la producción de artesanías, deléitate saboreando la exquisita gastronomía que aquí se ofrece, esto y más solo lo podrás encontrar en Sucre, animate y disfruta en familia. Sucre es para por ti.

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial El Sucre. Sucre, la naturaleza se siente.

Presupuesto de medios radiales

Radio	Frecuencia	# de cuñas	Seg.	Días	Precio uni.	Precio total
Rumba	88.9 FM	10	55 ''	Lunes a viernes	\$ 14,00	\$ 140,00
Romance	88.5 FM	10	55 ''	Lunes a viernes	\$ 14,00	\$ 140,00
Líder	10.10 AM	10	55 ''	Lunes a viernes	\$ 16,00	\$ 160,00
Melodía	90.5 FM	10	55 ''	Lunes a viernes	\$ 14.00	\$ 140.00
					TOTAL	\$ 580 Semanal

Cuadro N.-37 Presupuestos de Medios Radiales
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

Estrategia de señalética

Estrategia N.-6: Señalética de los recursos turísticos de la parroquia Sucre
Descripción: Construcción y elaboración de letreros que indiquen los atractivos turísticos y las actividades que se pueden realizar en cada atractivo, y de esta manera evitar la destrucción de la naturaleza.
Política: Utilizar colores acorde a los de la naturaleza, realizar un control y seguimiento trimestral del estado en el que se encuentran los letreros de señalética para los atractivos turísticos.
Acción: Contratar los servicios de una agencia publicitaria para la elaboración de los letreros que ayuden a mejorar la señalética de los recursos turísticos.
Presupuesto: \$ 1500 USD

Cuadro N.-38 Estrategias de Señalética
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

SEÑALÉTICAS



Gráficos N.- 26 y 27 Señaléticas
Elaborado por CHICAIZA, Sebastián (2015)



Gráficos N.- 28 y 29 Señaléticas
Elaborado por CHICAIZA, Sebastián (2015)



Gráficos N.- 30 y 31 Señaléticas
 Elaborado por CHICAIZA, Sebastián (2015)



Gráfico N.- 32 Señaléticas
 Elaborado por: CHICAÍZA, Sebastián (2015)

Estrategia de capacitación a la comunidad

Estrategia N.-7: Capacitación a la comunidad
Descripción: Talleres de capacitación a personas del sector en donde adquieran conocimientos sobre actividades y servicios turísticos y los beneficios que estos puedan brindar.
Política: Los cursos de capacitación se los dictará cada tres meses.
Acciones: Buscar convenio con la Universidad Técnica de Ambato para que los talleres sean dictados por profesionales o estudiantes en el área de turismo.

Cuadro N.- 39 Estrategias de Capacitación a la Comunidad
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

6.8. Presupuesto General

PRESUPUESTO GENERAL DE LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE
LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SUCRE

No.	Estrategias	Valor
1	Marca Turística	\$400,00
2	Convenios con operadoras de turismo	\$800,00
3	Impresos publicitarios	\$2200,00
4	Publicidad visual	\$6700,00
5	Spot publicitario	\$9280,00
6	Señalética	\$1500,00
7	Capacitación a la comunidad	\$500,00
TOTAL		\$21, 380,00

Cuadro N.- 40 Presupuesto General de las Estrategias
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

6.8.1. Financiamiento

El presupuesto general para la aplicación del plan de promoción turística que permita mejorar la afluencia de turistas hacia la parroquia Sucre, es de 21,380 dólares, el mismo que será financiado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial del Sucre al ser incluida en la partida presupuestaria para el año en curso y los venideros, debido a que esta propuesta favorece a la parroquia dando a conocer sus recursos turísticos, mejorando la afluencia de turistas, lo que generará ingresos económicos en beneficio de la comunidad.

6.10. ADMINISTRACIÓN

Se organizarán reuniones previas con los habitantes de la comunidad y responsables del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Sucre con el propósito de comunicar e incluir en el proceso propuesto.

En el ciclo de planificación se tomará en cuenta el apoyo de personal técnico para la identificación de todos los recursos turísticos que serán tomados en cuenta para la promoción y publicidad, asimismo se contará con la colaboración activa de los habitantes que tendrán una capacitación para el recibimiento, buen trato y guianza de turistas en la comunidad para que las visitas a los lugares predeterminados se realicen de una manera adecuada, los cuales brindaran información apropiada para la descripción de los lugares ofertados que la conforman.

En la fase de ejecución de lo propuesto, se obtendrá apoyo de profesionales en las ramas de realización de cuñas publicitarias y diseño de la marcas las mismas que serán difundidas en medios de comunicación masiva cuya labor permitirá brindar un producto final que satisfaga las expectativas de los pobladores y autoridades de la parroquia en respuesta a lo propuesto y deseado.

6.11. PLAN DE MONITOREO Y EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Qué evaluar?	El desarrollo de la propuesta
2.- ¿Por qué evaluar?	Por la necesidad de definir los pasos y el cómo se va a desenvolver la propuesta
3.- ¿Para qué evaluar?	Para observar fallas y errores
4.- ¿Con qué criterios?	Con coherencia
5.- Indicadores	Cuantitativos y cualitativos
6.- ¿Quién evalúa?	El investigador
7.- ¿Cuándo evaluar?	Durante el cumplimiento de la propuesta
8.- ¿Cómo evaluar?	Mediante encuestas
9.- Fuentes de información	Pobladores, autoridades, documentos en relación al turismo en la parroquia Sucre.
10.- ¿Con qué evaluar?	Entrevistas a la población

Cuadro N.- 42 Plan de Monitoreo
Elaborado por: CHICAIZA, Sebastián (2015)

BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

Bibliografía

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Sucre. (19 de 03 de 2010). Recuperado el 27 de 04 de 2015, de Actividad económica:

<http://www.gadparroquiasucre.gob.ec/parroquia.html>

Calderón Vázquez, F. (2007). *eumed.net*. Recuperado el 28 de 9 de 2014, de eumed.net:

<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/fjcv/Recurso%20Turistico.htm>

Chiavenato, I. (2001). *Gestión de Talento Humano*. Colombia: Mc Graw Hill.

Covarrubias, R. (14 de 09 de 2010). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. Recuperado el 27 de 04 de 2015, de

eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/demanda-turistica.htm>

Covarrubias, R. (14 de 09 de 2010). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. Recuperado el 27 de 04 de 2015, de

eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/demanda-turistica.htm>

Gómez, M. (2 de 6 de 2013). *LOS RECURSOS TURÍSTICOS NATURALES Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA DE LA PARROQUIA LOS ANDES, CANTÓN PATATE, PROVINCIA DE*

TUNGURAHUA. Recuperado el 20 de 9 de 2014, de Repositorio Universidad Técnica de Ambato: <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/6759?mode=full>

- IGM, M. P. (2011). *APLICACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DE LA PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL ANÁLISIS DE VULNERABILIDADES DE LA PARROQUIA URBANA PATATE, CANTÓN PATATE, MEDIANTE EL USO DE HERRAMIENTAS SIG*. Recuperado el 20 de 5 de 2015, de Red Repositorios de Acceso Abierto del Ecuador :
<http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/854/1/Perfil%20territorial%20PATATE.pdf>
- Latinos.us. (s.f.). *Turistas.us*. Recuperado el 28 de 9 de 2015, de Turistas.us:
http://www.turistas.us/viajes/alojamiento/aerolineas/definiciones_turisticas/
- Marin, A. (03 de 2012). *wikieoi*. Recuperado el 28 de 9 de 2014, de wikieoi:
http://www.eoi.es/wiki/index.php/Productos_tur%C3%ADsticos_en_Turismo
- Martinez, R. (18 de 08 de 2009). *Servicios Turísticos* . Recuperado el 02 de 05 de 2015, de Rincon del Univeristario:
<http://www.rincondeluniversitario.blogspot.com/2009/08/el-servicio-turistico-es-el-conjunto-de.html>
- Morges Cortada, D. (2006). *Turismo, cultura y desarrollo*. Recuperado el 23 de 04 de 2015, de Organización de Estados Americanos:
<http://www.oei.es/cultura/turismodmoragues.htm#subir>
- Muñoz, M. (2014). *Ask.com*. Recuperado el 30 de 9 de 2014, de Ask.com: tesis capitulo 6 Maria J.docx
- Paéz, S. (2011). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Recuperado el 24 de 9 de 2014, de Repositorio Universidad Técnica de Ambato:
<http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/4609/ts%20hoteleria%20y%20>

Pérez, Yamisleydis et al. (10 de 06 de 2002). *Producto Turístico*. Recuperado el 27 de 04 de 2015, de eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/655/Producto%20turistico.htm>

Rodriguez , M. (02 de 2009). *DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA DE INTERPRETACIÓN CULTURAL PARA LA PROMOCIÓN Y EL DESARROLLO LOCAL DE LA ETNIA ABORIGEN WARAO EN EL ESTADO DELTA AMACURO, VENEZUELA*. Recuperado el 02 de 05 de 2015, de eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/index.htm>

Soria , V. H. (05 de 08 de 2010). *San Cristobal de Patate*. Recuperado el 15 de 09 de 2014, de Antecedentes Históricos: http://www.patate.gob.ec/home/secciones.php?idn=30&id_sec=3

Turismo, L. (28 de 1 de 1997). *Faolex*. Recuperado el 25 de 9 de 2014, de Faolex: <http://faolex.fao.org/docs/texts/ecu39924.doc>

Turismo, L. (28 de 1 de 1997). *Hoteles Ecuador*. Recuperado el 25 de 9 de 2014, de Hoteles Ecuador: <http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Ley%20de%20Turismo.pdf>

Vargas, Homero et al. (08 de 12 de 1998). *Vegetación y Flora del Parque Nacional Llanganates*. Recuperado el 28 de 9 de 2014, de Vegetación y Flora del Parque Nacional Llanganates: http://www.researchgate.net/profile/Alina_Freire-Fierro/

- <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=2429&Let=>
- http://www.patate.gob.ec/home/secciones.php?idn=30&id_sec=3
- <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- http://www.turistas.us/viajes/alojamiento/aerolineas/definiciones_turisticas/

- <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/fjcv/Recurso%20Turistico.htm>
- http://www.turistas.us/viajes/alojamiento/aerolineas/definiciones_turisticas/
- <http://www.gadparroquiasucre.gob.ec/turismo/5-centros-de-importancia.html>
- <http://turismohistoria.blogspot.com/2008/04/teora-del-turismo-ii-tiempo-libre-ocio.html>
- http://www.eoi.es/wiki/index.php/Productos_tur%C3%ADsticos_en_Turismo
- <http://www.gadparroquiasucre.gob.ec/ubicacion-geografica.html>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_cultural
- http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_cultural
- <http://www.gadparroquiasucre.gob.ec/turismo/3-sus-fiestas.html>
- <http://definicion.de/producto-turistico/>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_sostenible
- <http://www.fao.org/docrep/013/i2015s/i2015s02.pdf>
- <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/2563/MA-GP-ECO-899.pdf?sequence=1>
- <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/ecuador-100-atractivo-para-la-inversion-turistica.html>
- <http://www.monografias.com/trabajos5/ecotu/ecotu.shtml>
- <http://www.gadparroquiasucre.gob.ec/parroquia.html>
- http://www.academia.edu/7033835/Conceptos_basicos_en_la_Actividad_turistic_a
- <http://rincondeluniversitario.blogspot.com/2009/08/el-servicio-turistico-es-el-conjunto-de.html>
- <http://www.andes.info.ec/es/noticias/onu-ecuador-consolida-indice-desarrollo-humano-perfila-pais-alto-progreso.html>
- http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/4609/ts%20hoteleria%20y%20turismo_2011_108.pdf?sequence=1
- tesis capítulo 6 María J.docx (D10801584)
- Ericka.Alvarez-D3-8voS.pdf (D12603059)
- 1414009748_96__tourist%252Bhomework.docx (D11938142)
- TESIS_TRUJILLO_MENDOZA.docx (D10771699)
- <http://faolex.fao.org/docs/texts/ecu39924.doc>
- <http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Ley%20de%20Turismo.pdf>
- http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/4609/ts%20hoteleria%20y%20turismo_2011_108.pdf?sequence=1

20turismo_2011_108.pdf?sequence=1

- http://www.eoi.es/wiki/index.php/Productos_tur%C3%ADsticos_en_Turismo
- <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/8208/FCHE-SEB-1311.pdf?sequence=1>
- http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/4179/tse_2009_02.pdf?sequence=1
- http://www.researchgate.net/profile/Alina_Freire-Fierro/publication/237686769_VEGETACI%C3%93N_Y_FLORA_DEL_PARQUE_NACIONAL_LLANGANATES/links/02e7e5202ba536d02b000000.pdf
- <http://www.monografias.com/trabajos5/ecotu/ecotu.shtml>
- http://www.eltelegrafo.com.ec/ediciones-impresas/cartonpiedra/doc_download/4295-30-de-juniode-2014.html
- http://www.patate.gob.ec/home/secciones.php?idn=30&id_sec=3
- http://www.turistas.us/viajes/alojamiento/aerolineas/definiciones_turisticas/
- <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/fjcv/Recurso%20Turistico.htm>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_cultural
- http://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_sostenible

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Carrera de Turismo y Hotelería

OBJETIVO: Investigar la importancia que tienen los recursos turísticos de la parroquia Sucre en el desarrollo del turismo actual del catón Patate.

INDICACIONES: La forma que se proporcione la información generada a la siguiente encuesta, será de manera anónima y confidencial. De ante mano se agradece su colaboración.

INSTRUCCIONES: Señale con una X en los recuadros que tengan la respuesta de su preferencia.

1.- ¿Qué espacios de interacción piensa usted que son los más comunes en la parroquia Sucre?

Parques infantiles	
Canchas deportivas	
Atractivos naturales	
Museos	
Otros	

2.- ¿Cree usted que la parroquia Sucre cuenta con infraestructura suficiente para la recepción de turistas?

SI	
NO	

3.- ¿Piensa usted que la parroquia Sucre puede ofrecer la suficiente comodidad para la recepción de los turistas?

SI	
NO	

4.- ¿Existe otros lugares en la parroquia Sucre que pueden ser nuevos atractivos turísticos para el ocio y la recreación de los turistas?

SI	
NO	

En caso de responder afirmativamente por favor mencione

¿Cuáles?.....

5.- ¿Piensa usted que la comunidad puede brindar servicios acorde a las necesidades de los turistas?

SI	
NO	

6.- ¿Cree usted que la parroquia Sucre cuenta con los suficientes recursos turísticos para ser promocionado turísticamente?

SI	
NO	

7.- ¿Cuál es el principal origen de sus ingresos económicos?

Agricultura	
Ganadería	
Turismo	
Otros	

¿Cuáles?.....

8.- ¿Piensa usted que el turismo puede ser una impórtate fuente de ingresos económicos para el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de la parroquia Sucre?

SI	
NO	

9.- ¿De qué manera le gustaría que la Parroquia Sucre sea promocionada turísticamente?

Radio	
Televisión	
Material Impreso	

¡GRACIAS POR SU COOPERACIÓN!



