



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
Licenciada en Turismo y Hotelería**

TEMA:

**“LA INFORMACIÓN TURÍSTICA Y SU APORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO
DE LA PARROQUIA QUISAPINCHA CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE
TUNGURAHUA.”**

Autora: Ballesteros Pérez Myriam Gricelda

Tutora: Lic. Mg. Gaviño Ortiz Noemy Hortencia

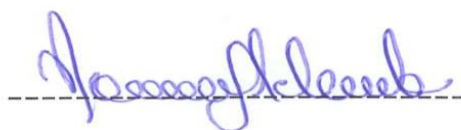
Ambato-Ecuador

2016

APROBACIÓN DE LA TUTORA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

CERTIFICA:

Yo, Lcda. Mg. Noemy Hortencia Gaviño Ortiz. con C.C 1712434412 en mi calidad de Tutora del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **LA INFORMACIÓN TURÍSTICA Y SU APORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA QUISAPINCHA CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA** Desarrollado por la egresada Ballesteros Pérez Myriam Gricelda, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, como científicos y reglamentarios del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.



Lic. Mg. Noemy Gaviño Ortiz

Tutora

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación de la autora, quien en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, he llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la Investigación.

Las ideas, opiniones y comentarios especializados en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autor.



Ballesteros Pérez Myriam Gricelda

CI: 180426627-6

AUTORA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORA

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema **LA INFORMACIÓN TURÍSTICA Y SU APOORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA QUISAPINCHA CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA** autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de Autor y no se utilice con fines de lucro.



Ballesteros Pérez Myriam Gricelda

CI: 180426627-6

AUTORA

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: " **LA INFORMACIÓN TURÍSTICA Y SU APOORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA QUISAPINCHA CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA**", Presentada por la Srta. **Ballesteros Pérez Myriam Gricelda**, egresada de la Carrera de **Turismo y Hotelería** considera que, una vez revisado dicho Trabajo de Investigación, reúne los requisitos básicos, técnicos, científicos y reglamentarios establecidos.

Por lo tanto, se autoriza la presentación ante el Organismo pertinente para los trámites correspondientes.

Ambato, 04 de febrero del 2016

LA COMISIÓN



Dra. Mg. Yolanda Imelda Pérez Jerez

MIEMBRO



Lic. Mg. Héctor Raúl Tamayo Soria

MIEMBRO

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación primeramente se la dedico a DIOS, por ser quien me ha dado fortaleza para seguir adelante y por haber esclarecido mis ideas confusas que tenía al iniciar mi carrera universitaria.

A mis padres por ser quienes me apoyaron siempre y sembraron en mi valores fundamentales y me enseñaron que cuando uno se propone una meta pues se lo debe cumplir y así lo estoy haciendo, este objetivo alcanzado es uno de los tantos que me eh propuesto en mi vida, y pues con el apoyo de ustedes los cumpliré, gracias por la confianza que han depositado en mí y por creer en mi a cada momento.

A mi hermano que siempre estuvo a mi lado apoyándome y dándome fuerzas para seguir adelante y recordándome siempre que él seguía mis pasos, es el motivo por el cual esas palabras me han hecho crecer y darme cuenta que no debo equivocarme.

A mis tíos que siempre estuvieron pendientes de mí, en especial a Anabel ya que más que una tía es mi amiga, mi confidente gracias por estar siempre conmigo, por los consejos y por los objetivos que nos planteamos y que juntas las cumpliremos.

A mis amigos quienes fueron participes de mis triunfos y derrotas y estuvieron presentes durante mi trayectoria estudiantil y la culminación de un objetivo que lo estoy cumpliendo con esfuerzo y dedicación.

Por último a una persona que siempre me estuvo apoyando y motivándome y que en tan poco tiempo que lo conocí es como que si siempre hubiese estado conmigo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS porque tengo el privilegio de estar en este mundo y poder disfrutar de todo lo maravilloso que nos brinda, por la paciencia por las bendiciones, por la salud y la inteligencia que es primordial para nuestro diario vivir. A mis padres y demás familiares que me han enseñado que todo esfuerzo tiene su recompensa y hoy en día está siendo reflejado en este peldaño escalado.

A Josué y Omar por ser más que mis hermanos mis amigos y a mis amigos por ser como mis hermanos.

Agradezco infinitamente a la Lic. Mg. Noemy Gaviño Ortiz, por ser una maestra responsable con su cargo, ordenada, exigente y a la vez paciente con nosotros, por darnos buenos consejos, por impartir sus conocimientos y por siempre estar pendiente de nosotros gracias por ser nuestra madre durante este tiempo y por decirnos siempre que lo imposible lo podemos hacer posible.

A mis profesores quienes durante toda mi carrera me guiaron e impartieron todo su conocimiento para así ser cada día una mejor persona y una profesional llena de éxito. Al profesor Raúl Tamayo por ser como mi padre y por estar siempre pendiente de mí y por enseñarme que todo está en la práctica y que nosotros somos capaces de alcanzar no solo una meta.

A la Universidad Técnica de Ambato, por ser como mi segundo hogar y por saber educarme y llenarme de valores a lo largo de mi carrera, por brindarme todos los instrumentos necesarios para finalmente obtener un título profesional.

INDICE GENERAL

Contenido

| | |
|--|------|
| APROBACIÓN DE LA TUTORA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN | ii |
| AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN | iii |
| DEDICATORIA | vi |
| AGRADECIMIENTO | vii |
| INDICE GENERAL | viii |
| ÍNDICE DE CUADROS..... | xi |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | xii |
| INTRODUCCIÓN | xv |
| CAPÍTULO I | 1 |
| EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 1 |
| 1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN | 1 |
| 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 1 |
| 1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN..... | 1 |
| 1.2.2. ÁRBOL DE PROBLEMAS | 5 |
| 1.2.2.1 ANÁLISIS CRÍTICO..... | 6 |
| 1.2.3 PRÓGNOSIS | 7 |
| 1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 7 |
| 1.2.5 PREGUNTAS DIRECTRICES..... | 7 |
| 1.2.6 DELIMITACIÓN..... | 8 |
| 1.3 JUSTIFICACIÓN | 9 |
| 1.4 OBJETIVOS | 10 |
| 1.4.1 OBJETIVO GENERAL | 10 |
| 1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS | 10 |
| CAPÍTULO II..... | 11 |
| MARCO TEÓRICO..... | 11 |
| 2.1.- ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS | 11 |
| 2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA | 17 |
| 2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL | 17 |
| 2.4. CATEGORIAS FUNDAMENTALES | 20 |

| | |
|--|----|
| 2.4.1 Constelación de Ideas Variable Independiente | 21 |
| 2.4.2 Constelación de Ideas Variable Dependiente | 22 |
| 2.4.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 23 |
| 2.4.3.1 Fundamentación Teórica de la Variable Independiente | 23 |
| 2.4.3.2 Fundamentación Teórica de la Variable Dependiente | 33 |
| 2.5 HIPÒTESIS..... | 40 |
| 2.6 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES | 41 |
| CAPÍTULO III..... | 41 |
| METODOLOGÍA..... | 41 |
| 3.1. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN | 41 |
| 3.1.1.- MODALIDAD BÀSICA DE LA INVESTIGACIÒN. | 42 |
| 3.2. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÒN | 44 |
| 3.3 POBLACION Y MUESTRA | 45 |
| 3.3.1 Población: | 45 |
| 3.3.2 Muestra: | 46 |
| 3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES..... | 48 |
| 3.4.1 Operacionalización de la Variable Independiente | 48 |
| 3.4.2 Operacionalización de la Variable dependiente..... | 49 |
| 3.5 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN | 50 |
| 3.6 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN..... | 51 |
| CAPÍTULO IV..... | 52 |
| ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS | 52 |
| 4.1 ANALISIS DE LOS RESULTADOS | 52 |
| 4.2 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS | 69 |
| 4.2.1 Planteamiento de la Hipótesis | 69 |
| 4.2.2 Selección del Nivel de Significación..... | 69 |
| 4.2.3 Descripción de la Población | 69 |
| 4.2.4 Especificación del Estadístico | 69 |
| 4.2.5 Especificación de las Regiones de Aceptación y Rechazo | 70 |
| 4.2.6 Recolección de Datos y Cálculo de los Estadísticos..... | 71 |
| CAPÍTULO V..... | 73 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 73 |
| 5.- CONCLUSIONES | 73 |

| | |
|---|-----|
| 5.1 RECOMENDACIONES | 74 |
| CAPÍTULO VI..... | 75 |
| PROPUESTA..... | 75 |
| 6.1 Datos informativos | 75 |
| 6.2 Antecedentes de la Propuesta | 76 |
| 6.3 Introducción | 77 |
| 6.4 OBJETIVOS | 77 |
| 6.4.1 Objetivo General | 77 |
| 6.4.2 Objetivos Especificos | 77 |
| 6.5 Factibilidad | 78 |
| 6.6 Fundamentación Científica Técnica | 78 |
| 6.7 Metodología | 82 |
| 6.8 Recursos y Presupuesto | 83 |
| BIBLIOGRAFÍA | 129 |
| CAPÍTULO VII | 136 |
| ARTÍCULO ACADÈMICO | 136 |
| RESUMEN | 136 |
| ABSTRACT: | 137 |
| INTRODUCCIÓN: | 138 |
| METODOLOGÍA | 147 |
| DISCUSIÓN Y RESULTADOS | 149 |
| CONCLUSIONES | 150 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 151 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|----|
| Cuadro 1: Población..... | 29 |
| Cuadro 2: Operacionalización de la Variable Independiente..... | 31 |
| Cuadro 3: Operacionalización de la Variable Dependiente..... | 32 |
| Cuadro 4: Recolección de Información..... | 33 |
| Cuadro 5: Tabulación pregunta 1..... | 35 |
| Cuadro 6: Tabulación pregunta 2..... | 36 |
| Cuadro 7: Tabulación pregunta 3..... | 37 |
| Cuadro 8: Tabulación pregunta 4..... | 38 |
| Cuadro 9: Tabulación pregunta 5..... | 39 |
| Cuadro 10: Tabulación pregunta 6..... | 40 |
| Cuadro 11: Tabulación pregunta 7..... | 41 |
| Cuadro 12: Tabulación pregunta 8..... | 42 |
| Cuadro 13: Tabulación pregunta 9..... | 43 |
| Cuadro 14: Tabulación pregunta 1..... | 44 |
| Cuadro 15: Tabulación pregunta 2..... | 45 |
| Cuadro 16: Tabulación pregunta 3..... | 46 |
| Cuadro 17: Tabulación pregunta 4..... | 47 |
| Cuadro 18: Tabulación pregunta 5..... | 48 |
| Cuadro 19: Tabulación pregunta 6..... | 49 |
| Cuadro 20: Tabulación pregunta 7..... | 50 |
| Cuadro 21: Tabulación pregunta 8..... | 51 |
| Cuadro 22: Frecuencias Observadas..... | 54 |
| Cuadro 23: Frecuencias Esperadas..... | 54 |
| Cuadro 24: chi cuadrado..... | 55 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1: Árbol de problemas..... | 4 |
| Gráfico 2: Gráficos de Inclusión (Superordinación Conceptual)..... | 14 |
| Gráfico 3: Subordinación conceptual (VI)..... | 16 |
| Gráfico 4: Subordinación conceptual (VD)..... | 17 |
| Gráfico 5: Representación Gráfica 1..... | 35 |
| Gráfico 6: Representación Gráfica 2..... | 36 |
| Gráfico 7: Representación Gráfica 3..... | 37 |
| Gráfico 8: Representación Gráfica 4..... | 38 |
| Gráfico 9: Representación Gráfica 5..... | 39 |
| Gráfico 10: Representación Gráfica 6..... | 40 |
| Gráfico 11: Representación Gráfica 7..... | 41 |
| Gráfico 12: Representación Gráfica 8..... | 42 |
| Gráfico 13: Representación Gráfica 9..... | 43 |
| Gráfico 14: Representación Gráfica 1..... | 44 |
| Gráfico 15: Representación Gráfica 2..... | 45 |
| Gráfico 16: Representación Gráfica 3..... | 46 |
| Gráfico 17: Representación Gráfica 4..... | 47 |
| Gráfico 18: Representación Gráfica 5..... | 48 |
| Gráfico 19: Representación Gráfica 6..... | 49 |
| Gráfico 20: Representación Gráfica 7..... | 50 |
| Gráfico 21: Representación Gráfica 8..... | 51 |
| Gráfico 22: Gráfica región aceptación y rechazo..... | 53 |

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

MODALIDAD DE ESTUDIOS: PRESENCIAL

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: " LA INFORMACIÓN TURÍSTICA Y SU APORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA QUISAPINCHA CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA"

AUTORA: Ballesteros Pérez Myriam Gricelda

TUTORA: Lic. Mg. Noemy Gaviño Ortiz

RESUMEN:

El presente trabajo de investigación se pone a consideración con el propósito de impulsar el desarrollo del mercado turístico de la Parroquia Quisapincha, tomando en cuenta los recursos que posee, mismos que necesitan ser promocionados eficazmente.

Ecuador al ser nombrado, se ha visto que el turismo se ha ido desarrollando no en su totalidad pero si ha tomado la delantera en cuanto a progreso, ya que al darse cuenta que es una fuente de ingresos económicos han estado encaminando en cuanto a estrategias, metas y objetivos planificados de acuerdo a las necesidades y exigencias del mercado y así poder cumplir con la demanda turística. Es así como hoy en día por medio de la información turística, se ofertan productos y servicios turísticos originalmente ecuatorianos, mediante la promoción y difusión de los mismos y por medio de estrategias se ha podido dar a conocer la ahora nombrada marca país ECUADOR AMA LA VIDA, el cual ha hecho que Ecuador se fortalezca en cuanto a la actividad turística y por ende pueda ampliarse y captar nuevos segmentos de mercado.

La escasa información turística en la Parroquia ha hecho que la actividad turística no se convierta en una fuente de ingresos económicos para el mismo, puesto que un turista que desea visitar un lugar debe estar instruido y por ende va a estar ansioso de visitar el lugar del cual se informó y le pareció interesante.

Los resultados obtenidos evidencian la necesidad para nutrir de información al visitante así como la importancia en cuanto a la elaboración de una guía turística como vía para canalizar las demandas del turista y por ende fundamental para el desarrollo del turismo.

Palabras claves: información, actividad, desarrollo, turismo.

INTRODUCCIÓN

De cierta forma la información se distingue de los datos por sus características de utilidad. Un dato describe un hecho o un objeto de una manera objetiva y según unos parámetros aceptados. La información contiene datos que explicados en un contexto tienen una utilidad para poder generar más información, para poder tomar decisiones o incluso, para poder razonar.

Todos los grupos que desempeñan labores en cuanto a la información turística dentro de un destino, desarrollan también una amplia variedad de tareas entre ellas se incluyen la comercialización, y el desarrollo de nuevos atractivos, sin embargo, es necesario tener en cuenta que el papel de informador turístico lo convierte en un elemento importante en cuanto a las estrategias de desarrollo turístico.

El turista de hoy necesita más información y más válida. (Middleton, 2001, pág. 95); Por ello hoy en día la información turística es una herramienta de marketing que puede derivar en ventaja competitiva de un destino (Parthenopoulou, 2004, pág. 158); Y al mismo tiempo crear las condiciones adecuadas para que las personas encargadas planifiquen el desarrollo turístico futuro.

La motivación que impulso al desarrollo del presente trabajo, se debe a que la Parroquia tiene gran demanda de turistas debido a la comercialización de artículos de cuero, pero es necesario que los visitantes puedan informarse de otros atractivos que existen en el mismo lugar pero no son promocionados.

El trabajo que se pone a consideración está estructurado por los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I

Este primer capítulo se refiere al problema de investigación, en el que se estableció una contextualización macro, meso y micro sobre la situación actual del turismo en el Ecuador y en la Parroquia Quisapincha, además se estableció análisis crítico desarrollado conjuntamente con el árbol de problemas, la prognosis que detalla lo que podría pasar en caso de no realizarse la investigación, delimitación del objeto de estudio, justificación (propósito de la investigación) y finalmente los objetivos general y específicos que expresan los propósitos a alcanzar con la presente investigación.

CAPÍTULO II

En este capítulo se trató acerca del marco teórico el mismo que permite interpretar el objeto de estudio, antecedentes investigativos, fundamentación filosófica y fundamentación legal relacionadas con el problema a investigar. Las categorías fundamentales, detallan el problema y establecen relación entre las variables (dependiente e independiente); finalmente se elabora la hipótesis, misma que proporcionará una respuesta tentativa y provisional al problema y las variables, que son ejes fundamentales de la investigación.

CAPÍTULO III

Trata acerca de la metodología de trabajo, el enfoque y modalidad de la investigación, dando a conocer población y muestra. La operacionalización de variables, la recolección de información por medio de técnicas e instrumentos que permitan describir, analizar e interpretar el problema y el plan de procesamiento y análisis de la información, que permitan establecer resultados.

CAPÍTULO IV

En este capítulo se realizó la tabulación, análisis e interpretación de resultados, los cuales serán respaldo de la presente investigación e hipótesis planteada.

CAPÍTULO V

Se establece conclusiones y recomendaciones de acuerdo con los datos obtenidos y establecidos en el capítulo anterior.

CAPÍTULO VI

Desarrollo de la propuesta planteada.

CAPÍTULO VII

Se redacta un artículo académico como aporte a la investigación realizada la cual sirve como apoyo al estudio, se realiza un resumen con sus palabras claves, la misma que es traducida al idioma inglés, posteriormente se realiza la introducción, el cual contiene el problema central y los objetivos a ser alcanzados, luego se describe la metodología de la investigación, para posteriormente realizar el análisis, discusión de los resultados, finalmente se da las respectivas conclusiones.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN

LA INFORMACIÓN TURÍSTICA Y SU APOORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA QUISAPINCHA CANTÓN AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN

La evolución del turismo se ha venido desarrollando paulatinamente mediante una profunda diversificación, lo cual ha convertido al turismo en un desarrollo económico que ha crecido con gran rapidez no solo a nivel nacional sino a través del mundo. Lo cual hace que se conserve una estrecha relación con el desarrollo turístico y aspire al crecimiento de la demanda turística dentro del sector, siendo estos un motor clave para el progreso de la economía a nivel mundial Ministerio de turismo (MINTUR).

Tomando en cuenta a la información turística a nivel mundial se ha comprobado por la organización mundial del turismo (OMT), que por medio de la información, las personas pueden tomar decisiones con facilidad al momento de realizar un viaje o de querer satisfacer sus necesidades en un lugar diferente, dentro o fuera del país.

En casi todos los países se ha visto el trabajo arduo en cuanto a la información turística por ser el punto clave para que los turistas puedan visitar su país, como es en el caso de España, tienen sistemas en donde

recogen información de todos los lugares turísticos e instalaciones referentes al turismo, el cual hace que pueda manipular de una manera diferente el sistema y este permita ofrecer información personalizada.

Argentina-Buenos Aires posee un modelo en el que se trabaja mancomunadamente al igual que podemos evidenciarlo en Ecuador su hilo conductor para que la economía mejore es el turismo por eso han implementado centros de información turística en lugares estratégicos estos puntos están a cargo del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires; el cual ofrece servicios de información completa, asesoramiento profesional, y vinculación directa con los proveedores de las operadoras turísticas de todo el país y su objetivo es llegar a vender en el mismo lugar los servicios turísticos que ofrece Argentina y como valor agregado realizan una interpretación del destino al cual desean visitar. (Parrino, 2013)

Ecuador ha visto la necesidad de crear una entidad pública en cuanto a la información el cual se identificó que es necesario cambiar al país y hacer que el turismo se desarrolle de una manera adecuada y con rapidez, por lo que en agosto de 1992 en el gobierno de Sixto Duran Ballén se creó el ministerio de información y turismo, este representante dignatario visualizo al turismo como una actividad fundamental para el desarrollo económico y social de los pueblos. A los dos años posteriores frente a la desarrollo del crecimiento del sector turístico, ha tomado la gran decisión de separar al turismo de la información ya que fue muy difícil gestionar estas dos cargas administrativas es así como pretendieron dedicarse exclusivamente a impulsar y fortalecer cada una de las actividades por separado. (CEPAL, 1995)

Esta gestión ha hecho que el país se desarrolle paulatinamente y que tanto el turismo como la información turística puedan ir de la mano ya que por medio de este el turismo en Ecuador será un ejemplo de superación en comparación con otros países a nivel mundial.

Hoy en día nuestra sociedad, se desarrolla a través de la información por ser un canal de comunicación muy ineludible no solo para una persona que

planea realizar un viaje sino más bien para la sociedad en sí, ya sea en el ámbito público como privado y como no aún más necesario en el ámbito turístico eh aquí donde la información se convierte aún más intensa.

Quisapincha es una Parroquia que se encuentra al occidente de la ciudad de Ambato, es muy conocido por la producción y comercialización de los artículos de cuero y por poseer un gran potencial turístico gracias a sus escenarios naturales idóneos para el ecoturismo al igual que en las comunidades también conservan sus tradiciones ancestrales como su vestimenta, sus fiestas y como no tomar en cuenta al idioma kichwa que es uno de las principales tradiciones que se debe conservar a lo largo del tiempo.



Gráfico #1: Croquis de la Parroquia Quisapincha

Fuente: GAD Parroquial de Quisapincha

La Experiencia ha hecho de Quisapincha un lugar en el cual se pueda desarrollar el turismo de una manera rigurosa, permitiendo cambios positivos para los moradores, ya que en la antigüedad el turismo era una herramienta insignificante, pero al ver la necesidad de crear nuevas fuentes

de ingreso económicos ventajosos han habituado al turismo en la Parroquia.

1.2.2. ÁRBOL DE PROBLEMAS

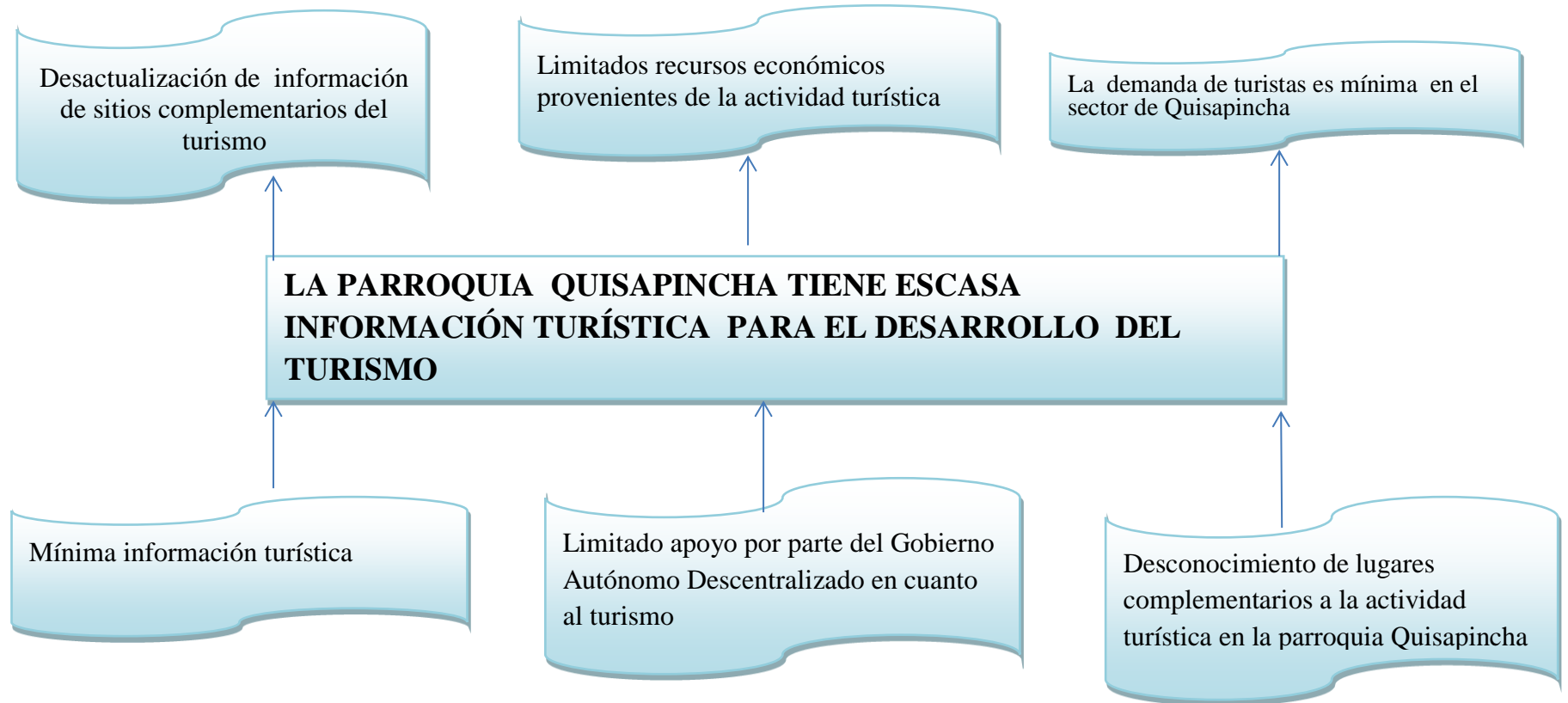


Gráfico 02: Árbol de problemas
Elaborado por: BALLESTEROS, Myriam (2015)

1.2.2.1 ANALISIS CRÍTICO

Una de las principales dificultades con las que se enfrentan los turistas al momento que llegan a Quisapincha es la falta de información actualizada sobre el turismo y los lugares que ofrece dentro de la parroquia.

La mayor parte de los pobladores de la Parroquia se han dedicado a la confección de chompas de cuero y no han tomado en cuenta a la actividad turística dentro de la misma, lo que ha generado un desarrollo imperceptible de los recursos tanto naturales como culturales así mismo a la gastronomía típica de la parroquia, lo que sería de suma importancia para nuestra investigación, así mismo se genera por el desinterés del gobierno autónomo descentralizado lo que provoca un déficit de los recursos económicos provenientes de la actividad turística y de las personas yacientes del lugar. Si tan solo pensarán en ¿cómo sería la Parroquia si se interpretara la belleza tanto natural como cultural, sus costumbres, sus tradiciones su idioma y su gastronomía? Todo sería diferente pues tendríamos otra perspectiva, porque el desarrollar el turismo es de mucha importancia por ende existiría gran demanda de turistas y pues las personas podrían desarrollarse económicamente.

Es importante que tanto las autoridades comunales como parroquiales intervengan y unan lazos afanosos para que los moradores de la Parroquia Quisapincha se motiven y tomen al turismo como una fuente de ingresos tanto económicos como productivos.

1.2.3 PRÓGNOSIS

Al no ejecutarse la investigación con respecto a la escasa información turística en la Parroquia Quisapincha, se perdurará y además será innecesario considerar alternativas socioeconómicas y productivas que optimicen el beneficio de los recursos, siendo inadmisibles lograr un desarrollo turístico económico de la Parroquia.

La problemática establecida lleva a cuestionar el hecho de que al no desarrollarse turística y económicamente dicha población, la Parroquia desaprovechará sus riquezas y será difícil brindar información integral, los mismos que si fueran potencializados generarían mayores ingresos para los habitantes del sector mejorando la calidad de vida y conociendo la belleza de sus atractivos.

La posibilidad de determinar la importancia de la información es a momento de ofrecer información fiable, actualizada y de calidad, a las personas que visitan la Parroquia Quisapincha, por lo cual no podrá satisfacer las necesidades durante su estadía y tendrán una visión diferente del lugar. Así mismo de no llevarse a cabo la investigación no existirá la oportunidad de que la parroquia se desarrolle tanto en lo económico como turística y económicamente, lo cual hará que existan fuentes de trabajo limitadas.

1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo aporta la información turística en el desarrollo turístico de la Parroquia de Quisapincha?

1.2.5 PREGUNTAS DIRECTRICES

¿Cuál es la importancia de la información turística dentro de la parroquia?

¿Existe suficiente información turística dentro de la Parroquia que pueda satisfacer las necesidades del turista?

¿Quiénes deberían intervenir en el desarrollo turístico de la Parroquia?

¿Qué alternativas de solución se presenta para resolver la problemática planteada?

¿Existe planes que fomente el desarrollo turístico de la Parroquia?

¿Cómo se está desarrollando el turismo en la Parroquia Quisapincha?

1.2.6 DELIMITACIÓN

De contenido

- Campo: Información Turística
- Área: Turismo
- Aspecto: Desarrollo Turístico

Espacial

El presente trabajo de investigación se desarrollara en la Parroquia Quisapincha, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.

Temporal

Octubre 2015 – Marzo 2016

1.3 JUSTIFICACIÓN

La investigación es pertinente porque al brindar al visitante la suficiente información de los sitios complementarios del sector, contribuirá con el desarrollo del turismo y la parroquia tendrá numerosa demanda turística lo cual sería provocado como uno de los destinos favoritos para los turistas que visitan la provincia de Tungurahua, el presente trabajo es el ofrecer en la parroquia Quisapincha la belleza tanto natural como cultural así mismo sus costumbres y tradiciones, su gastronomía, su folklor su lengua nativa entre otros. Razón por la cual los habitantes de la Parroquia han decidido explotar los recursos y empezar a desarrollar el turismo como parte de su vida diaria, el interés de realizar este proyecto es para promover el turismo y dar una oportunidad a las personas del lugar que se incentiven y trabajen como guías turísticos las mismas que podrán brindar la información necesaria porque nadie más que ellos podrán conocer sus antepasados y su madre naturaleza.

Su utilidad se encamina hacia los habitantes del lugar ya que podrán trabajar mancomunadamente y ofrecer sus productos mediante sistemas de información turísticos como folletos, trípticos, boletines revistas y módulos de información.

La originalidad del proyecto se diseñó precisamente para aportar con el desarrollo turístico en la Parroquia Quisapincha. Su finalidad es mostrar al turista la belleza que posee nuestra Parroquia situada en el Cantón Ambato, así como también el contacto de las familias que será como un factor de distracción y el disfrute del mismo. Es por eso que al interpretar y dar a conocer las culturas ancestrales de las comunidades, serán la clave milenaria que transportará al ser humano a la antigüedad histórica.

Será factible puesto que cuenta con varios recursos para su ejecución tales como el apoyo del ministerio de turismo, gobiernos locales, identidades públicas, apoyo de la Junta Parroquial, habitantes del lugar y el investigador, esta investigación se podrá ejecutar sin mayor inversión

económica, puesto que sus atractivos son una base para su creación además su trascendencia es importante porque será una fuente significativa de empleo que beneficiara a las personas de la Parroquia.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Facilitar información turística mediante una guía turística para el aporte del desarrollo del turismo en la Parroquia Quisapincha, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Sustentar teóricamente la información turística y el desarrollo del turismo.
- Actualizar la información turística de la Parroquia Quisapincha.
- Analizar el desarrollo turístico en la Parroquia Quisapincha.
- Elaborar una Guía turística para mejorar el desarrollo turístico en la Parroquia Quisapincha.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.- ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación sobre la información turística y su aporte al desarrollo turístico de la Parroquia Quisapincha se consideró como antecedentes investigativos a los criterios que tienen relación con las variables del presente proyecto de investigación

(Arteaga, 2008);” *Diseño Arquitectónico de un Centro de Información de la Cultura de Salasaca Cantón Pelileo Provincia de Tungurahua*”, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de <http://www.educaedu.com.ec/carrera/turismo>. Es imprescindible referirse a cada uno de los aportes concluyentes del autor, mismas que se presentan a continuación:

- El centro de interpretación de la cultura Salasaca está enfocado a turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia de Salasaca del Cantón Pelileo, para llenar las expectativas que posean acerca del pueblo de Salasaca.
- El diseño del centro de interpretación, será un aporte importante para el turismo del Cantón Pelileo, ya que mediante este se hará conocer más a fondo a la Cultura de Salasaca e incentivar para que el turista sienta el deseo de quedarse y elija a la parroquia Salasaca como un destino turístico.

(Navarrete, 2013); *"La Información Turística y su aporte al Turismo Cultural en la Parroquia de Salasaca, Cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua"*, de la Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5199/1/Tth_2013_133.pdf es necesario tomar referencia acerca de:

CONCLUSIONES

- El aporte del turismo en la Parroquia de Salasaca es de carácter promedio.
- Los proyectos que se han diseñado en la Parroquia de Salasaca para enfocados al turismo no han sido puesto que no se realiza el turismo como se ha esperado.
- La información turística que posee la parroquia de Salasaca no es suficiente para el enfoque que se necesita para que se interesen los turistas.
- La mayoría de los encuestados se encuentran deseosos por ser partícipes de un centro de interpretación turístico cultural en la Parroquia de Salasaca.

(Arteaga, 2008); *"Plan de desarrollo turístico en la parroquia de Quisapincha Cantón Ambato Provincia de Tungurahua"*, de la Universidad Tecnológica Equinoccial). Recuperado de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/1500/1/35722_1.pdf llegó a las siguientes conclusiones:

- Para el turismo Comunitario uno de los factores más importantes dentro del campo de turismo es conocer las comunidades ancestrales que brindan nuevas ideas, proyectos de trabajo con el turista, principales retos es saber incorporar a la población siendo necesario trabajar con estructuras sociales y comunidades existentes identificando líderes potenciales y gente con empuje de mérito.

- Es así que el Estado respalda a los gobiernos seccionales para que se manejen de acuerdo a sus necesidades y conveniencias con el fin de llegar a tomar las medidas necesarias que promuevan la participación de las comunidades locales y su desarrollo.
- Como último punto las atribuciones a las Juntas Parroquiales correspondientes a este Plan, es de importancia ya que el Estado brinda su apoyo primordial basada en la descentralización y la toma de soluciones a la aprobación de obras y proyectos en beneficio de poblaciones de escasos recursos o mejoras.

Los antecedentes investigativos ya mencionados han sido de mucho interés ya que para realizar un proyecto de investigación se necesita el apoyo y debe estar respaldado por leyes legales y como es lo más importante con los ministerios, las Juntas Parroquiales, y las Autoridades de la Comunidad. Así mismo es de gran importancia implementar sitios turísticos en donde las personas puedan informarse del lugar al cual van a visitar.

Según Valles expresa que existen dos factores que hacen que, en este caso, sea muy importante el potencial de desarrollo de la informática y las comunicaciones; el turismo es un negocio esencialmente interterritorial con una necesidad muy grande de comunicaciones rápidas, fiables y seguras que permitan la promoción y comercialización de productos desde puntos de oferta alejados de los puntos de venta. Por otra parte es común a todo el sector del ocio la necesidad de herramientas de demostración y promoción basadas en imágenes y medios audiovisuales, cada día más flexibles y atractivos. (Valles, D. (1999). Las Tecnologías de la Información y el Turismo. *Dyalnet*, 142(1), 4.)

Izard menciona que el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación el modelo de las organizaciones virtuales se apoya en los principios de la cooperación entre empresas dentro de una red, y explota aquellos elementos diferenciadores que aportan flexibilidad, capacidad y rapidez de respuesta, dentro de una estrategia dirigida a satisfacer al consumidor. (Izard,O.(1999). Visión Estratégica De Las Organizaciones Virtuales En El Turismo. Aprovechamiento de las tecnologías de la comunicación y la información en la competitividad de las empresas turísticas. *Dianet*, 142(2), 73-74).

El turismo es uno de los sectores económicos más dinámicos del mundo por la generación empleo, el aporte de divisas y su contribución al desarrollo regional. En Colombia, el Caribe se ha consolidado como la región turística por excelencia dado el atractivo de sus recursos y su trayectoria. Sin embargo, esta actividad no ha alcanzado un desarrollo comparable con el logrado por otros países. En consideración a las potencialidades del turismo como estrategia de desarrollo regional y a su elección como apuesta productiva prioritaria de los departamentos de la región. (Aguilera, M. Bernal, C. y Quintero, P. (2006) Turismo y Desarrollo en el Caribe Colombiano. *Econpapers*, 79(1), 3).

En este libro se revisa de manera crítica el desarrollo del turismo en México explorando algunas de las paradojas que con frecuencia son soslayadas en los análisis sobre temas turísticos, como son: el papel de la cultura en el desarrollo, el impacto cultural en los espacios turísticos y la lucha entre la identidad y el mimetismo. (Martínez, A. (2005). Desarrollo turístico y sustentabilidad. El caso de México. *Scielo*, 19, 89).

Mckercher (2015) menciona que “El turismo patrimonial es beneficioso para el desarrollo sostenible de un destino. A menudo este impacto positivo se vuelve palpable y demostrable”. Existen numerosos investigadores que han corroborado mediante investigaciones los beneficios sociales y económicos del turismo patrimonial en el desarrollo de los destinos. (Fesenmaier 1989; Johnson 1988; Bergstrom 1990; Strauss 2001; DuCross y Mckercher 2015).

Los Estados Unidos poseen un gran legado histórico. Turistas y visitantes internacionales y locales, se muestran interesados en explorar y entender la historia americana, especialmente en comunidades que aun no han sido comercializadas a gran escala. Los esfuerzos aunados entre los gobiernos locales, empresas turísticas y la comunidad pueden lograr un mejor uso de los recursos para el desarrollo turístico de pequeñas comunidades generando resultados positivos. (Estefanía M. Basurto Cedeño, Lori Pennington-Gray y Janet Snyder Matthews (2015): “Preservación del patrimonio cultural para el desarrollo turístico”, *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 19)

Chen dice que si es posible lograr un desarrollo turístico sin dañar el ambiente y aun más convertir a este en un aliado para el desarrollo turístico en el país, además se presentan datos importantes que muestran el potencial de desarrollo económico del turismo al aprovechar el ambiente natural del país y se presentan recomendaciones para mejorar algunas debilidades detectadas. (Chen, O. (2006). Turismo y Ambiente: Un potencial para el desarrollo económico para Costa Rica. *Rev. Reflexiones* 84(2), 26).

El desarrollo de diferentes modalidades de turismo: turismo ecológico, turismo rural, turismo comunitario, turismo de aventura, etc ha permitido aumentar de forma directa e indirecta el número de empleos en el país, lo que ha favorecido en gran parte a las zonas rurales, ya que muchas de las áreas de conservación protegidas y no protegidas se encuentran en dichas zonas. (Chen, O. (2006). Turismo y Ambiente: Un potencial para el desarrollo económico para Costa Rica. *Rev. Reflexiones* 84(2), 26).

Es en este sentido en el que las tecnologías de la información y la comunicación y su implantación y desarrollo en el sector turístico, y más concretamente en el turismo rural, toman un papel decisivo en la consolidación y posibilidad de éxito económico para las áreas rurales que lo desarrollen (Cánoves y otros, 2004, p. 218).

La información turística juega un papel relevante en la promoción de los destinos turísticos, con una gran influencia en la creación e imagen de los mismos (O'Leary 2005). Por ello los gestores del destino deben conocer qué fuentes de información utilizan los turistas durante la planificación de su viaje siendo fundamental para el desarrollo del turismo. (González, M. Fraiz, J. Rodríguez, L. (2009) Análisis de los determinantes del uso de fuentes de información previas al viaje y de las oficinas de turismo en destino. *Scielo*, 18(5), 2).

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Para Ramos (2008) la filosofía de la educación es un instrumento efectivo en la comprensión y transformación de la actividad educacional desde el enfoque filosófico a lo cual ha llamado fundamentos filosóficos de la educación, entendidos como el análisis filosófico de la Educación, y en particular del proceso de enseñanza- aprendizaje que allí tiene lugar, que ofrece un conjunto de instrumentos teórico-prácticos (metodológicos) que permite desenvolver la actividad educacional de un modo eficiente y esencialmente sostenible.

El desarrollo del estudio se basa en los fundamentos establecidos en la Universidad Técnica de Ambato que adopta un paradigma crítico-propositivo ya que razona de una manera muy objetiva la realidad y los argumentos de la información turística y su aporte al desarrollo turístico en lo cual propone alternativas para incrementar el turismo local de la Parroquia Quisapincha, mediante el desarrollo e investigación de los elementos estratégicos propios para el aporte turístico.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Para el desarrollo de todo trabajo es relevante considerar el marco regulatorio que permitan sustentar la pertinencia legal de la información que se desarrollará en el mismo, en atención al tema a tratar se ha considerado:

(Ecuador C. P., 2008); publicada en el (Registro Oficial 449), *Titulo Séptimo. Régimen del Buen Vivir, Sección Quinta: Cultura, Art. 380.-* Serán responsabilidades del Estado:

1. Velar, mediante políticas permanentes, mediante la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión e incremento de las riquezas naturales ya sea tangible o intangible además de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria

colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que conforman la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.

(Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder, 2012). (Decreto N° 1152) Registro oficial 697 (2012, Mayo 07). *Capítulo Segundo, Régimen de Regulación y Control. Sección Primera Del poder de mercado y los acuerdos y prácticas restrictivas. Art. 7.-* Personas vinculadas.- Para efectos de lo previsto en la Ley, y en particular en el literal a) del artículo 8, se estará a la definición y criterios de vinculación establecidos en la Ley de Mercado de Valores y la correspondiente normativa del Consejo Nacional de Valores. En lo atinente a la pertenencia a un grupo económico, se aplicará lo establecido en el artículo 11 de este reglamento.

(Ley Orgánica de transparencia a la Información, 2004). Registro Oficial 337, (2004, Mayo 18) *Título primero, Principios Generales. Art. 1.-* Principio de Publicidad de la Información Pública.- Es inéditamente un derecho de las personas acceder a cualquier tipo de información pública salvo el caso de que no garantice el estado. Cualquier información que provenga o que se encuentre en el poder de las instituciones, organismos, y entidades, personas jurídicas de derecho público o privado que para el factor información están en el derecho de participación, conforme lo dispone la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado; las organizaciones de trabajadores y servidores de las instituciones del Estado, instituciones de educación superior que perciban rentas del Estado, las denominadas organizaciones no gubernamentales (ONGs), están sometidas al principio de publicidad; por lo tanto, toda información que posean es pública, salvo las excepciones establecidas en esta Ley.

Ley Orgánica de transparencia y Acceso a la Información Pública. Registro Oficial 337, (2004, Mayo 18) *Título segundo, de la Difusión Pública y su difusión. Art. 5.-* Información pública.- Se considera información pública a todo documento en cualquier formato que se halle en el poder de las entidades públicas y de los representantes legales

además los que se encuentran bajo su responsabilidad o los que se haya originado con patrimonios del estado.

(Ley de Turismo, 2002) (Decreto N° 1424). Registro oficial 733 (2002, Diciembre 27) *Capítulo Primero, Generalidades*. Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

2.4. CATEGORIAS FUNDAMENTALES

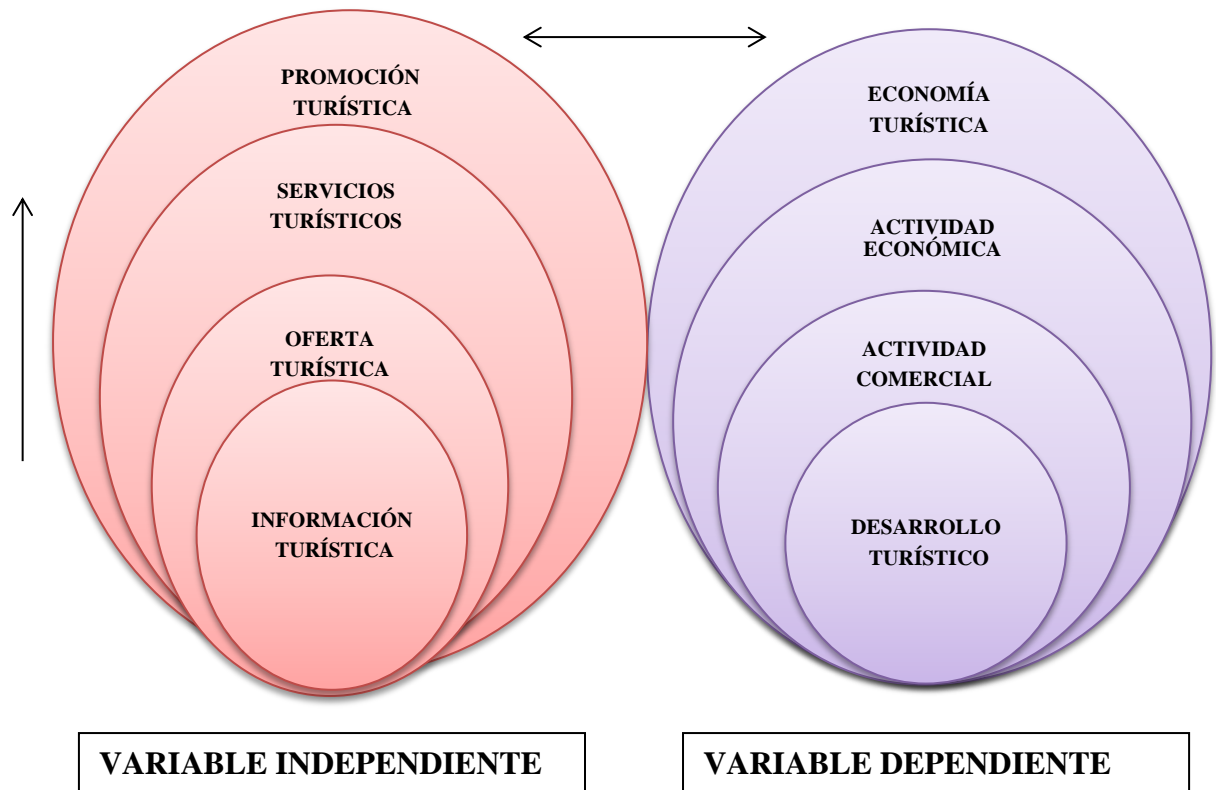


Gráfico N° 03: Superordinación Conceptual

Elaborado por: BALLESTEROS, Myriam (2015)

2.4.1 Constelación de Ideas Variable Independiente

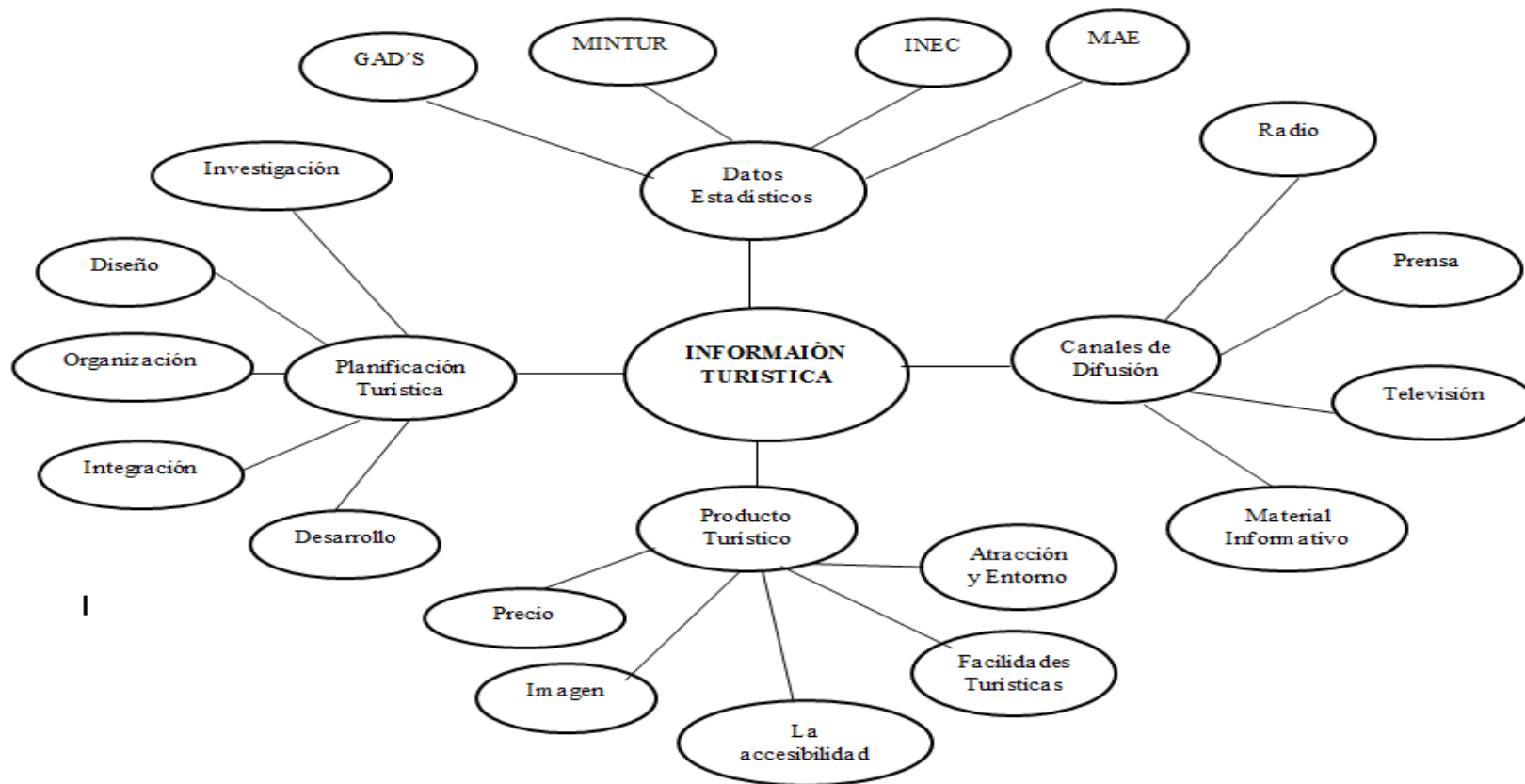


Gráfico N° 04: Subordinación Conceptual (Variable Independiente)
Elaborado por: BALLESTEROS, Myriam (2015)

2.4.2 Constelación de Ideas Variable Dependiente

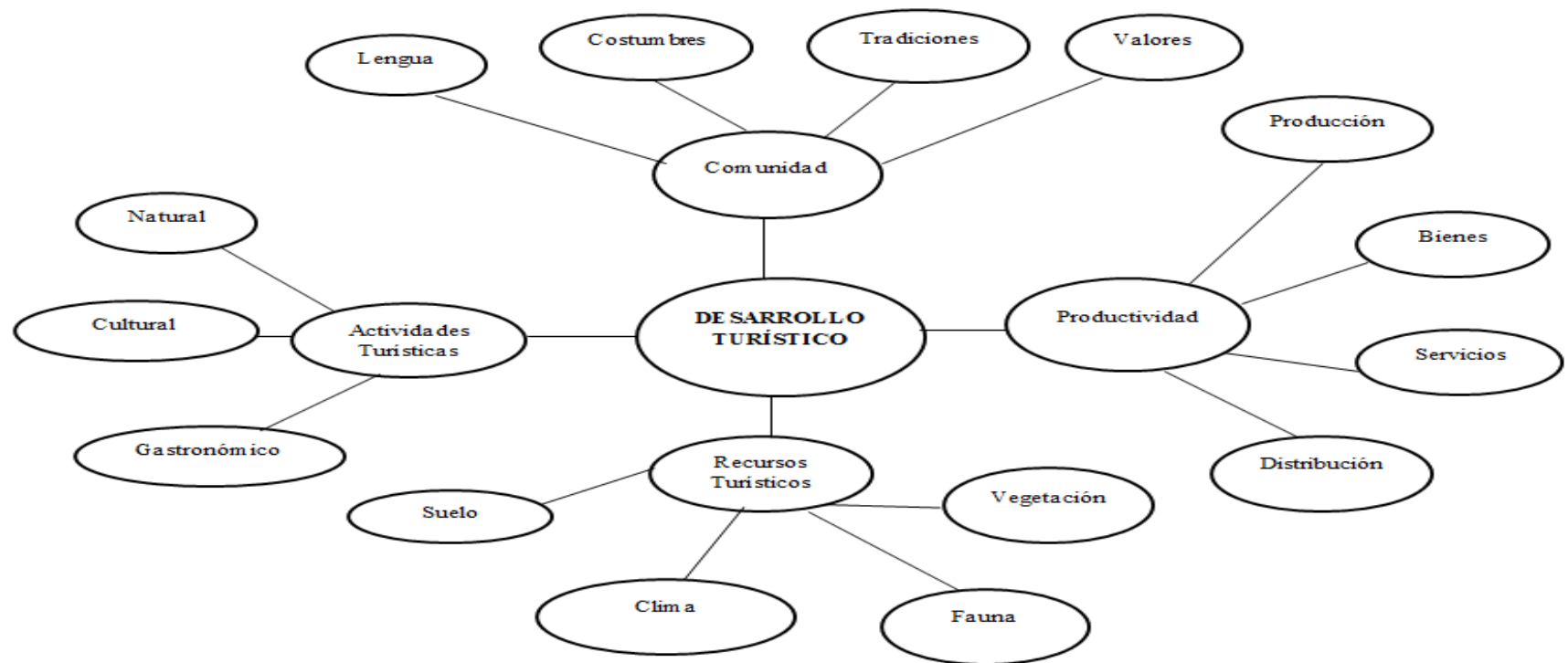


Gráfico N° 05: Subordinación Conceptual (Variable Dependiente)

Elaborado por: BALLESTEROS, Myriam (2015)

2.4.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.4.3.1 Fundamentación Teórica de la Variable Independiente

Información

Chiavenato (2005) afirmaba que la información consiste en “un conjunto de datos que poseen un significado, de modo tal que reducen la incertidumbre y aumentan el conocimiento de quien se acerca a contemplarlos”. (chiavenato, 2005, págs. 53-54)

Ferrell y Hirt, por su parte, dicen que esos datos y conocimientos están estrictamente ligados con mejorar nuestra toma de decisiones. Si un individuo se encuentra bien informado sobre un aspecto, seguramente su decisión al respecto podrá ser más acertada que uno que no lo esté. (Hirt, 2008, pág. 27)

Otros autores que han definido la información son Czinkota y Kotabe, que dicen que consiste en un conjunto de datos que han sido clasificados y ordenados con un propósito determinado. (Kotabe, 2008, págs. 7-8)

Existen varios tipos de información como:

- La información privilegiada
- La información pública
- La información privada
- La Información interna
- La Información Externa
- La Información selectiva
- La Información semántica

Información Pública o comercial

Es la información que toda persona tiene derecho a manifestar por medio de la libertad de expresión y difusión de pensamiento oral o escrito, por cualquier medio de comunicación, sin previa autorización, sin censura o impedimento, siguiendo los reglamentos de la ley. También es la información que todo el mundo tiene derecho a solicitar y a recibir de

parte de cualquier entidad pública. Por ejemplo informes del estado o información turística del mundo.

Este concepto hace referencia a la información turística lo que es imprescindible que la información turística se deriva de la tipología de la información pública.

Información Turística

Centeno Doffourt & García (2011); mencionan que:

La información turística no es diferente de cualquier otra información, solo se distingue por su utilidad en el entorno de la actividad turística. Así podemos considerar información turística tanto la información de la oferta turística de un destino y de sus precios como aquella que nos explica las tendencias de la demanda. (Centeno D. &., 2011, pág. 166).

Son espacios que buscan brindar, de manera gratuita, información turística sobre un destino específico a los visitantes nacionales y extranjeros. Se ubican en puntos estratégicos de las ciudades, son atendidos por informadores bilingües (español e inglés) y profesionales del área turística capaces de resolver todas las inquietudes y entregar datos completos y confiables sobre los atractivos turísticos de un destino y las actividades culturales, deportivas y recreativas de la ciudad.

Como lo define Cornella (2002) a la información es la siguiente:

“El reto de diseñar e implementar un sistema de información y de ahora en adelante no resulta un ejercicio simple, el tratamiento a la información desde las perspectivas de producto y proceso de gestión, conlleva a confusión e incertidumbre... (Cornella, ley de la termodinamica informacional, 2002, pág. 15).

Hace años atrás se ha visto que la información es un medio de comunicación esencial para personas que necesitan informarse o nutrirse

de información o en todo caso para los turistas que desean conocer un lugar no habitual al de su residencia.

Drucker (1998); define en pocas palabras a la información y permite conocer sus derivados.

La inexistencia de un sistema de información turístico en el destino Holguín, capaz de asegurar la calidad de dicho servicio además de crear la necesidad de su diseño, incorporando avanzados enfoques inherentes a las Ciencias de la Información, demostrando el carácter transdisciplinar de las ciencias de la información imbricadas en el sistema de gestión de la calidad (Drucker, 1998, pág. 37).

Canales De Difusión

Para Gary (1998) un canal de difusión es “un conjunto de organizaciones que dependen entre si y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial” (Gary, 1998, pág. 58).

Los canales de difusión son elementos muy importantes para las empresas que necesitan hacer conocer sus productos, mediante los canales de difusión se puede entregar información y promocionar los productos que se ofrece a los diferentes segmentos de mercado.

Existen varios canales de difusión las cuales se utilizan para informar acerca de lugares que se desea visitar:

- Sistemas de información
- Centros de información
- Oficinas de información
- Guías turísticas
- Señalética
- Trípticos
- Ferias turísticas
- Radio

- Televisión
- Prensa

Guía Turística

Icomos (2006), determina que la guía turística. “Es la información fundamental que necesita un turista, para la planificación de un viaje, por lo que una de sus funciones es entregar al visitante información en donde no se representa a un país en su totalidad sino exclusivamente en función como destino turístico”. (Icomos, Carta del turismo cultural , 2006, pág. 76).

Producto Turístico

Tabares (2008) dice que “el producto turístico está conformado por bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, logrando un confort material o de espíritu, ya sea de forma individual o satisfaciendo las necesidades, requerimientos del consumidor en este caso el turista” (Tabares C. , 2008, pág. 37).

López (2004); menciona que:

El producto turístico engloba varios subproductos, una marca con una completa cartera de productos. Esos subproductos representan el verdadero valor agregado del producto... compuesto de una serie de recursos que lo hacen atractivos 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 (Lopez, 2004, pág. 164).

Por medio de un producto se puede generar varios subproductos que alcanzan a satisfacer las necesidades de las personas que lo consumen.

Con referencia a lo anterior Quisapincha a través de sus productos ya sea mediante las artesanías o los escenarios turísticos que posee ha hecho que la Parroquia se desarrolle turísticamente y que pueda convertirse en la ruta turística de cuero.

Oferta Turística

Para Obando la oferta es: “las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a llevar al mercado a distintos precios manteniéndose los demás determinantes invariables” (Obando, 2006, pág. 37)

El MINCETUR (2006) señala que la oferta turística no es otra cosa que el conjunto de elementos que conforman el producto turístico, al que se le incluye un programa de promoción adecuado, enfocado en posibles consumidores, necesidades, expectativas y precios de acuerdo a las características del mercado. (MINCETUR, 2006, pág. 1)

Añade también que muchas de las veces la oferta está desarrollada y puesta a consideración por parte del sector privado, pero sin olvidar del posible apoyo y regulación desde el sector público con normativas, capacitaciones, publicidad y el enfoque a los principales sitios de interés.

El diccionario con el glosario básico de turismo del (MINTUR, (2009) determina también a la oferta turística como el conjunto de bienes y servicios que son parte de la comercialización de un producto turístico, con el objetivo de satisfacer las demandas del cliente; cuenta con las siguientes características: debe vender bienes y servicios con características a fines a las necesidades de los clientes, en zonas turísticas y aptas para cualquier tipo de actividad de carácter turístico. (MINTUR, 2009, pág. 6).

Con relación a lo anterior Quisapincha se ha convertido en el centro de la moda y el comercio de productos de cuero los mismos que son ofrecidos y promocionados por los artesanos que con sus hábiles manos han transformado la materia prima en hermosos textiles que están a disposición de todas las personas que visitan este hermoso lugar. Así mismo sus escenarios naturales son aptos para el ecoturismo.

Servicios Turísticos

Cantú (2011); especifica que “Un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza mediante la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objetivo de satisfacer un deseo o necesidad” (Cantú, 2011, pág. 153).

El prosista antes mencionado pone en consideración el concepto de servicios turísticos el cual lo entendemos como un modo a manera de integración en el que el consumidor goza de las experiencias que se le brinda como servidor turístico.

Por lo tanto, Munch (2002); menciona que los servicios turísticos se los puede distinguir por la calidad de los mismos, la cual se define como “La satisfacción total de las necesidades del cliente mediante la prestación de actividades esencialmente intangibles con un valor agregado y el cumplimiento de los requisitos adecuados al producto o servicio” (Munch, 2002, pág. 179).

Los servicios turísticos en su totalidad son intangibles pero pueden ser medidos por medio de la satisfacción de las personas que consumen un producto o que requiere un servicio el cual aporta con recomendaciones positivas y permite puntualizar si es o no un servicio de calidad.

Por el contrario si el consumidor no se siente satisfecho o ha tenido alguna inconveniencia con el servicio brindado existe la posibilidad que el cliente comente su problema y la recomendación sea negativa por completo.

La ética profesional también repercute en los servicios turísticos ya que al existir un posible problema el prestador de servicio tendrá la capacidad de manejar dicho conflicto. Existen reglas esenciales que son de gran ayuda para prestar un servicio en general ya que como prestador de servicios es la persona quien primero se pone en contacto con el cliente, y el cual debe

estar pendiente durante el consumo de dicho servicio y por último es el cual plasma una serie de preguntas para saber si el servicio prestado fue de acorde a sus necesidades.

La definición que da Acerenza (2002); sobre los servicios turísticos es:

Un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran como los atractivos, las facilidades entre otros. (Dahda, 1992, pág. 57).

Martínez (2009); publicó que “El servicio turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de los servicios planteados en una determinada corriente turística. (Martínez, 2009, págs. 78-79).

Todos los servicios turísticos que se ofrece a los visitantes van de la mano con las interacciones humanas de forma global ya que mediante los mismos se puede cubrir los deseos de las personas y hacer que cada uno de ellos tenga un pronto retorno.

Ferrer (2007); explica que “Los servicios pueden ser apreciados a partir del soporte técnico para la prestación de un servicio la funcionabilidad de su personal y por la imagen que ofrece a sus clientes” (Ferrer, 2007, pág. 57).

En general, los servicios turísticos son esenciales ya que es un medio por el cual una persona toma la decisión de retornar ya sea a un lugar visitado o por haber consumido algún servicio complementario, mientras que un servidor turístico es la imagen que brinda a la empresa.

Quisapincha trabaja mancomunadamente por lo que permite ofrecer al turista varios servicios turísticos como servicio de alojamiento como el

“Hotel Quisapincha”, restauración, recreación, transportación y lo primordial el servicio de información.

Promoción Turística

La promoción turística es una manera de aportar con los recursos económicos, en un lugar estipulado ya sea con sus productos o más bien refiriéndonos al turismo mediante los destinos turísticos ya sea en los mercados nacionales o internacionales, mediante el desempeño mancomunado de los representantes de la actividad turística.

Acogiendo a lo escrito en el diccionario de la lengua española dice que el termino promoción está determinada mediante la “acción de promover, iniciar o impulsar una cosa procurando su logro”, entonces si el termino ya mencionado se acopla con el turismo no permite pensar de una manera muy amplia acerca de la promoción ya que mediante la promoción se puede aumentar el número de ventas o de clientes satisfechos según sea el caso.

Villacampa (2002); menciona el significado de promoción de una manera más concreta refiriéndose a “La venta apoyada en el regalo y nada más”. (Vilacampa, 2002, pág. 164); siendo una fuente o estrategia muy importante para la sociedad es decir dentro de un marco general de marketing para mejorar las ventas a corto plazo.

Makes, Bowen, & Kotler (2008) definen que “la promoción estrategia es una forma de cómo llegar a un objetivo planteado la cual debería ser formulada y definida: la estrategia como el patrón de objetivos, propósitos o metas, políticas y planes principales” (Makes B. &., 2008, pág. 472).

De manera que la estrategia se refiere principalmente a los aspectos de la actividad de las asociaciones el cual recae en los recursos financieros que se desarrolla para emprender o cumplir con los objetivos de las empresas.

Cárdenas (2008); sobre la promoción turística afirma que es: “Es el conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas, la promoción parte del proceso de marketing utilizado para

incentivar al comprador preferencial, la promoción de ventas suele realizar mediante el contacto directo”; (Cardenas, 2008, pág. 114).

Estrategias de promoción turística

El trabajo más difícil de la realidad turística es analizado mediante un enfoque que permite generar estrategias y métodos necesarios para llegar a su objetivo deseado, la misma que dirige y coordina la operación hasta llegar a una meta concreta o haciendo hincapié en los objetivos que se persigue mediante un orden jerárquico.

Porter (2004); señala que “las estrategias pueden ser concebidas como las actividades que proporcionan condiciones propicias para lograr a los objetivos específicos predeterminados en la planificación” (Porter, estrategias promocionales, 2004, pág. 87).

Por otro lado Mintzbert (2007); señala que:

Las estrategias promocionales en cualquier empresa son patrones de decisiones que integran las principales metas, políticas y sugerencias de acciones de una organización que debe desarrollar, que cuando bien planificadas auxilian en el orden y la limitación de los recursos (Mintzbert, 2007, págs. 120-125).

Beckham (2011); menciona que “Las estrategias no son eventos aislados, son más bien un proceso de acciones continuas y consistentes que deben ser desarrolladas por todos los individuos de la organización, que crean vinculaciones más necesarias para abordar las amenazas” (Beckham, Plan de Marketing Turístico, 2011, págs. 67-70).

El autor anteriormente mencionado hace hincapié en los procesos continuos que se debe realizar para obtener resultados positivos además de

dirigirse a mercados actuales con el lanzamiento de nuevos productos que pueda diferenciarlos dentro de un mercado competitivo.

Objetivos de la Promoción Turística

La promoción turística se encuentra inmersa dentro del turismo, siendo una de las industrias que se ha desarrollado con gran velocidad en los últimos años, habiendo gran cantidad de sectores con la mentalidad de formar mercados cada vez más competitivos, exhibiendo sus mejores atractivos turísticos con el propósito de incrementar el número de visitantes a así mejorar su economía.

La promoción turística engloba varios pasos, entre ellas se encuentran la investigación del mercado es decir busca entender las necesidades del consumidor, en cambio el desarrollo de productos consigue satisfacer las necesidades del mismo, un claro ejemplo de promoción turística es en una agencia de viajes se debe analizar y seleccionar los mercados a los cuales se desea llegar, segmentando los posibles grupos de clientes y tomando en cuenta los deseos y necesidades que pueden ser mejor atendidos mediante la promoción, publicidad, precios y distribución de los productos que se ofrezca dentro de la agencia de viajes.

Nogueira & Zwarg (2008); expresan que “Las palabras claves de la promoción de servicios turísticos es un elemento de la política, sus objetivos han de ser consecuencia de los comerciales” (Nogueira & Zwarg, 2008, pág. 279).

Es evidente entonces que la Parroquia Quisapincha necesita trabajar aún más en la promoción turística del sector para la cual se mencionará gran parte de los atractivos turísticos que tiene la Parroquia, la misma que deberán ser promocionados al igual que la ruta turística del cuero, cabe agregar entonces a los siguientes sitios de interés turístico, el Cerro Mendisurco, La Cascada de Huagra Corral, el casahuala y el mirador de saguatoa, lugares que se han constituido en un referente de desarrollo turístico claro ejemplo esta la Comunidad de Nueva Tondolique, que esta organizada para recibir a los viajeros y conducirlos por sus enigmáticos senderos ecológicos, así mismo la iglesia central construida en piedra

negra tallada que simboliza la religiosidad de las personas siendo otro atractivo para los visitantes, la plaza central, Parque Provincial de la Familia, curtiembre Quisapincha, Restaurante “Palama Vista Real”.

2.4.3.2 Fundamentación Teórica de la Variable Dependiente

Economía

En la situación que nos encontramos actualmente, la economía es uno de los factores más importantes dentro del mercado y es que gracias a ella podemos comprender la interacción que se obtiene entre oferta, demanda que se realiza mediante la comercialización de un producto.

En el portal web definición ABC, hace referencia a la Economía como: “la disciplina que estudia las relaciones de producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, analizando el comportamiento humano y social en torno de éstas fases del proceso económico” (ABC, 2007/2015)

En otro orden, Mankiw, en su libro ‘Principios de Economía’, señala que la economía es "el estudio del modo en que la sociedad gestiona sus recursos" (Mankiw, 2002, pág. 47).

La economía asume las necesidades reales de bienes y servicios, es decir de recursos naturales o de provisiones, capital de trabajo y de inversión que con base en la intervención de la creatividad humana mejoran nuestro estándar de vida. Es de aclarar que el problema de la economía no son los deseos. (Castrillón D. , 2010, pág. 5).

De acuerdo a Figuerola (1985), los bienes y servicios que pueden ser considerados como turísticos son los servicios de alojamiento, alimentación, transporte, recreativos y de esparcimiento, de información y comunicación, y de venta de artículos y manufacturas diversas.

Huéscar (1993) y Theobald (1994) identifican categorías en los gastos de consumo de los turistas tales como los viajes programados o combinados (tours de vacaciones pagos), el alojamiento (hoteles, resorts, etc.), los establecimientos de comidas y bebidas (restaurantes, cafés, etc.), el transporte (avión, tren, barco, etc.), las actividades de ocio y recreación, las actividades culturales y deportivas, y las compras.

Davidson (1994) considera que los hoteles, los restaurantes, el transporte y la diversión son ejemplos de los tipos de firma que forman parte de lo que se considera la visión del turismo como industria.

Tinard (1996) se refiere a la combinación de cuatro parámetros que constituyen la estancia turística: el transporte, el alojamiento, la alimentación y la animación.

El turismo se presenta como una actividad que puede ser generadora de fuerte crecimiento en las economías, un motor importante de desarrollo económico y de transformación social (Pedreño Muñoz, 1996).

Además, la contribución del turismo al desarrollo de otros sectores se presenta a través de su efecto multiplicador y su impacto sobre innumerables actividades de la economía.

El efecto multiplicador surge a partir del ingreso generado por el gasto de los turistas, que abarca no sólo los sectores económicos en contacto directo con la demanda turística sino una gran proporción de sectores económicos que de un modo u otro experimentan la influencia del consumo de los turistas (Vogeler Ruiz y Hernández Armand, 2000).

Pocas son las ramas de la actividad industrial que no se benefician, aunque sea en pequeña medida, con el incremento transitorio del número de consumidores que el fenómeno turístico significa (Keller y Smeral, 1997).

Quisapincha es uno de los lugares reconocidos dentro y fuera del país por la elaboración y confección de los artículos de cuero lo que ha permitido

poseer un alto potencial turístico, los visitantes que llegan a Quisapincha son principalmente de la Provincia de Pichincha. En efecto por el crecimiento turístico que tiene la zona se ha podido constatar el desarrollo económico del mismo.

Actividad Económica

La actividad económica es el uso de recursos que hace la gente para afrontar la escasez y generar riqueza. (Castrillón D. , 2010, pág. 1).

El diccionario ABC define a la actividad económica como los procesos que tiene lugar para la obtención de productos, bienes y/o servicios destinados a cubrir necesidades y deseos en una sociedad en particular. (ABC, 2007/2015)

Se llama actividad económica a cualquier proceso donde se generan e intercambian productos, bienes o servicios para cubrir las necesidades de las personas. La actividad económica permite la generación de riqueza dentro de una comunidad (ciudad, región, país) mediante la extracción, transformación y distribución de los recursos naturales o bien de algún tipo de servicio. (Mankiw, 2012, pág. 75)

Las actividades económicas abarcan tres fases: producción, distribución y consumo. Como la producción depende del consumo, la economía también analiza el comportamiento de los consumidores.

La actividad económica consiste en la producción de una amplia gama de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas. Las actividades económicas se pueden agrupar en 3 grandes sectores: primario, secundario y terciario.

- **Primario:** agrupa las actividades económicas relacionadas con los recursos naturales: agricultura, ganadería, pesca, forestal e industrias extractivas.

- Secundario: recoge las actividades económicas en donde se realiza un proceso de transformación (sector industrial).
- Terciario o servicios: recoge las actividades económicas en donde no se realiza un proceso de transformación y las que prestan un servicio.

Así mismo la actividad económica está formada por tres factores productivos que son: Tierra, trabajo, capital.

La actividad económica en Quisapincha ha mejorado con el pasar de los años, de modo que los artesanos que confeccionaban los artículos de cuero solo lo comercializaban bajo pedido y con el tiempo han creado una asociación de artesanos los mismos que implementaron almacenes para ofrecer sus productos y posteriormente establecieron centros comerciales para mejorar la economía dentro de la parroquia y con el fin de desarrollarse turísticamente.

Recursos Turísticos

Cerro (1993); menciona que en “el contexto turístico el recurso puede considerarse como tal si está vinculado a la motivación de un consumidor potencial, actuando como tal incentivo al desplazamiento turístico (Cerro, 1993, pág. 27).

Por consiguiente los recursos son la fuente necesaria para efectuar el turismo en cualquier lugar ya que por medio de aquello se puede realizar cualquier actividad turística es decir es la imagen por la cual una persona va a disfrutar y va a vivir experiencias diferentes.

Su estructura económica se basa: en su ubicación geográfica, su población compuesta de un 70% indígena que por tradición han sido agricultores, una población mestiza dedicada a la manufactura preferentemente, la calidad de sus suelos, su cercanía al cantón Ambato capital de la provincia de Tungurahua, ya que en los últimos años cuenta una red vial importante que permite una movilidad de la población a diferentes lugares o destinos para

desarrollar sus actividades, la misma que ha dado lugar a un crecimiento poblacional en número, siendo la parroquia rural que más ha crecido en los últimos 20 años.

Los escenarios tanto naturales, culturales como comerciales ha hecho de Quisapincha un lugar en donde se puede disfrutar al máximo sin preocupación alguna.

Actividad Comercial

Crespo (2009) menciona que “La actividad comercial en los términos expresados por la ley, se corresponde con la comercialización, entendida ésta como el proceso cuyo objetivo es hacer llegar los bienes desde el productor al consumidor”. (Crespo, 2009, pág. 37)

La comercialización involucra actividades como compra-venta al por mayor y al por menor, publicidad, pruebas de ventas, información de mercado, transporte, almacenaje y financiamiento, entre otras.

Ciertos autores definen a la actividad comercial como “la acción de un grupo de personas cuyo propósito es distribuir los productos y servicios que se requieren para mantener o mejorar las condiciones de vida de la sociedad”. (Belkis, Palacios, Romero & Delgado, 2011, págs. 7-10)

Funciones de la actividad comercial La función de la actividad comercial es colocar a la disposición de la sociedad, todos aquellos bienes y servicios necesarios para satisfacer tanto sus necesidades básicas y servicios necesarios, como sus deseos y aspiraciones.

El comercio en la Parroquia Quisapincha se incrementó hace 5 años atrás, anteriormente la gente vendía toda clase de productos en la feria o lo comercializaba en otros lugares del país. Ahora no hay necesidad de desplazarse porque han logrado que el turista llegue al lugar y pueda adquirir los productos, incluso han logrado exportar a otros países como: Colombia, Venezuela, Costa Rica, España, y Estados Unidos.

Desarrollo Turístico

Según Freires (2011); menciona que la naturaleza del desarrollo de la actividad turística es un resultado conciso de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir un conjunto de elementos relacionados entre sí (Freires, Desarrollo de la Actividad Turística, 2011, pág. 56).

El desarrollo turístico se basa en el mejoramiento de las instalaciones y los servicios que permite satisfacer las necesidades de los visitantes que asisten a los diferentes atractivos turísticos, es decir el desarrollo turístico es la creación de empleo que direcciona a la generación de ingresos.

Actividades Turísticas

Rodríguez (2004) pone a consideración el concepto de actividad turística como:

El desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un periodo superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. Por lo tanto, esta actividad implica el uso y contratación de medios de transporte, alojamiento (Rodríguez, 2004, pág. 125).

Las actividades turísticas son interpretadas como los hechos que se realiza durante un viaje de turismo llamándose así por la utilización de los medios que se encuentran dentro de los lugares turísticos visitados como son el transporte el alojamiento la alimentación los deportes extremos entre otros

Demanda Turística

La demanda turística, según Martínez y Domínguez (2000), se la puede definir como algo que se asemeja a cualquier tipo de demanda pero la turística tiene características diferentes de aquellos bienes y servicios no turísticos.

Gonzales (2006); afirma que “La demanda turística es el conjunto de productos, facilidades, atractivos, servicios y actividades que satisfacen las necesidades, los anhelos, los deseos y sueños del turista” (Gonzales, 2006, pág. 57);

El autor citado anteriormente nos muestra varios elementos por el cual hace que la demanda sea positiva para el turismo y si se toma en cuenta todos los elementos señalados la demanda será aún mayor y se podrá administrar mayores recursos económicos no solo para la empresa sino más bien para el país.

Mercado Turístico

Juárez (2011); señala que “el mercado turístico es el estado de la evolución del estado y la evolución de la oferta y la demanda del sector turístico, donde presentan unas características particulares que lo hacen diferente a los demás sectores económicos” (Juárez, 2011, pág. 22)

Para Edukavital (2013); un mercado turístico está:

Compuesto de compradores y vendedores. Los vendedores ofrecen diferentes clases de productos y servicios que se pueden ajustar a las diferentes necesidades y motivos de compra a los compradores, por lo cual, es necesario reconocer y clasificar a estos últimos grupos o segmentos claramente diferenciados (Edukavital, 2013 , pág. 167).

Según Tabares el mercado turístico es:

Una división del mercado potencial total en un número de subconjuntos lo más homogéneo posible con el fin de permitir a los operadores del turismo adoptar políticas y comercialización a cada uno de los segmentos... (Tabares, 2003, pág. 37).

Los autores mencionados nos comparten sus conceptos o formas de pensar acerca de los mercados turísticos en las cuales expresan que un mercado está compuesto de compradores y vendedores en las cuales los vendedores

mediante la comercialización ofrecen sus productos y servicios y los compradores lo consumen formando segmentos de mercado potenciales.

Turismo

Beltrami (2010) menciona que el turismo apareció en la edad moderna derivando a la palabra turismo a un modo particular de viajero pero de acuerdo a la turismóloga Margarita Barrero señala que no se conoce a ciencia cierta el concepto de turismo ni de donde surgió dicha palabra.

La definición que da Arrillaga (1995); acerca del turismo es como “el desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posible esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar” (Arrillaga, 1995, pág. 75)

Krapf & Hunter dicen que “el turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa” (Krapf H. &, 1992, pág. 168).

En consecuencia se ha visto el crecimiento del desarrollo turístico en la Parroquia Quisapincha porque ha pasado por un proceso de transformación y han aprovechado de manera planificada los recursos tanto naturales y culturales que posee por medio de la producción efectiva.

2.5 HIPÒTESIS

Ho: La información turística no aporta en el desarrollo turístico de la Parroquia Quisapincha Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

HA: La Información Turística si aporta en el desarrollo turístico de la Parroquia de Quisapincha Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

2.6 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES

Variable Independiente: La Información Turística

Variable Dependiente: Desarrollo Turístico.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Sampieri (2010); define a la metodología de la investigación como “un conjunto de procesos sistemáticos críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno” (Sampieri, 2010, pág. 178)

Existen tres tipos de enfoques: cuantitativa, cualitativa y mixta, las mismas que se tomaran en cuenta para el presente estudio de investigación.

El enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

Se lo conoce también como naturalista, fenomenológico, interpretativo o etnográfico. En el existen diversos marcos interpretativos como el interaccionismo, la etnometodología, el constructivismo, el feminismo, la fenomenología, la psicología de los constructos personales, la teoría crítica, utilizados para efectuar estudios.

El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar la hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento.

Es evidente entonces que el enfoque de la investigación es de carácter cuali-cuantitativo, cualitativa porque se tomó como objeto de estudio a los turistas nacionales que visitan la Parroquia Quisapincha y los propietarios de los centros comerciales que ofertan al turista sus productos, considerando que tanto los turistas como los propietarios son quienes presentan características particulares en cuanto a aspectos relacionados con la información turística de la Parroquia Quisapincha.

De igual manera se indujo un enfoque cuantitativo ya que se conservaron resultados estadísticos posteriores a la aplicación de las encuestas las mismas que proyectaron resultados estadísticos con relación al criterio de los visitantes. Para finalmente analizar e interpretar dichos resultados mediante el programa informativo Excel, hasta avanzar a la aplicación del estadístico ji cuadrado que permitirá la comprobación de la hipótesis.

3.1.1.- MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.

La actual investigación estuvo enmarcada en dos modalidades de investigación que se describen a continuación:

INVESTIGACIÓN DE CAMPO.- Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto. Los estudios se realizaron dentro de la Parroquia.

El presente estudio se efectuó en la Parroquia Quisapincha, siendo el lugar donde se descubrió el problema a investigar, acogiendo la realidad de la investigación y alcanzando la información necesaria para dar posibles soluciones a la existente problemática.

El propósito es recoger información de gran interés para profundizar el problema de investigación, acogiendo los diferentes canales o medios de información.

INVESTIGACIÓN SOCIAL.- Es el proceso en el que se vinculan diferentes niveles de abstracción, se cumplen determinados principios metodológicos y se cubren diversas etapas lógicamente articuladas, apoyado dicho proceso en teorías, métodos, técnicas e instrumentos adecuados y precisos para poder alcanzar un conocimiento objetivo, es decir, verdadero, sobre determinados procesos o hechos sociales; (Soriano, 2009, pág. 145).

Después de lo anterior expuesto es imprescindible y hasta casi inevitable observar que los turistas son el eje principal dentro de una sociedad que se desarrolla con gran intensidad la misma que permite ejercer un sinnúmero de actividades que se interrelacionan entre si y ayudan en el crecimiento económico de la Parroquia.

Técnicas: para la recolección de información del presente trabajo se utilizaran las siguientes técnicas:

Bibliográfica Documental.- Su objetivo primordial es detectar, ampliar y profundizar las teorías, los enfoques y conceptualizaciones de numerosos autores acerca de un tema establecido, basándose en documentos ya sea en fuentes primarias, libros, revistas, periódicos y otras publicaciones así mismo en fuentes secundarias, su aplicación se recomienda especialmente en estudios sociales comparados de diferentes modelos, tendencias, o de realidades, socioculturales, literarios, entre otros.

Encuesta (cuestionario): Es un instrumento de investigación de los hechos en las ciencias sociales, la encuesta es la consulta tipificada de personas elegidas de forma estadística y realizada con la ayuda de un cuestionario. En este caso para la evolución y extracción de datos se aplicará un cuestionario dicotómico el cual permitirá obtener datos específicos.

Entrevista: Es una conversación que tiene como finalidad la obtención de información, la entrevista como instrumento de investigación será utilizada de forma ambiciosa ya que gran parte de los datos serán recabados con el objetivo de obtener información acerca de la situación actual en cuanto al desarrollo del turismo en la Parroquia Quisapincha.

3.2. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para toda investigación es de importancia fundamental que los hechos y relaciones que establece los resultados obtenidos o nuevos conocimientos y tengan el grado máximo de exactitud y confiabilidad.

Exploratorio. La existente investigación alcanzó un nivel exploratorio porque nos permitió conocer la realidad del lugar, y se pudo almacenar una gran cantidad de antecedentes generales en cuanto al problema que no fue esclarecido, acumulando aspectos que deberían ser sintetizados en futuras investigaciones.

Descriptivo. Se observó la situación actual del sector turístico, posteriormente se realizó una búsqueda bibliográfica, que tenga relación con la investigación, lo cual me permitió articular todas las etapas del proyecto, con la finalidad de describir los atractivos turísticos y actividades específicas que se pudieron desarrollar en la Parroquia.

Asociación de variables. Dentro de la investigación se encuentran las variables Dependiente e independiente, en lo cual estamos basados y son los componentes directos que se vinculan a la investigación, se dan en razón del análisis causa, efecto. Es decir determina como se interrelaciona la variable independiente frente a la variable dependiente.

Explicativo. En este nivel nos permitió indagar las posibles causas que dieron origen al problema establecido poniendo hincapié en una relación de causa-efecto así mismo se tomó en cuenta a la hipótesis planteada considerando aspectos que ayudaron a comprender se consideró la hipótesis para tomar en cuenta aspectos que ayudaron a entender el fenómeno estudiado.

3.3 POBLACION Y MUESTRA

El tema motivo de estudio de la presente investigación será aplicada a los turistas que arriban a la Parroquia Quisapincha y a los propietarios de los centros comerciales puesto que son quienes nos brindarán la información necesaria.

3.3.1 Población:

Sirve para designar la parte del universo a la que el investigador tiene acceso, para lo cual se ha escogido como población a los turistas que visitan la Parroquia Quisapincha, a los propietarios de los almacenes de artículos de cuero, asimismo mediante una entrevista se pudo extraer información de dos miembros principales del GAD Parroquial.

Cuadro # 1. Población

| Población | # de personas | Porcentaje | Instrumento |
|---|----------------------|-------------------|--------------------|
| Turistas que arriban a la Parroquia Quisapincha | 178 | 100% | Encuesta |

| | | | |
|--|-----|------|------------|
| Propietarios de los centros comerciales. | 28 | 100% | Encuesta |
| Miembros de la Junta Parroquial | 2 | 100% | Entrevista |
| TOTAL | 208 | 100% | |

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

3.3.2 Muestra:

Es el método matemático que utilizan estadísticos para seleccionar una parte del universo poblacional del que se quiere obtener o extraer información para lo cual el número estimado de población es de 1888 visitantes por lo que se calcula la muestra mediante la aplicación de la siguiente fórmula.

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

n= tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad (1.96)

P= Probabilidad de ocurrencia (0.5)

Q= Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

N= Población

e= Error de muestreo (0.07)

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

$$n = \frac{1888 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.07^2(1888 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{1812.48}{10.2063}$$

$$n = 177,58$$

$$\mathbf{n = 178}$$

(Kazmier, 1998, pág. 196)

3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.4.1 Operacionalización de la Variable Independiente

| Variable Independiente: La Información Turística | | | | |
|---|------------------------------|---|--|--------------------------|
| CONTEXTUALIZACIÓN | CATEGORIAS | INDICADORES | ITEMS | TECNICASE INSTRUMENTOS |
| <p>“La información turística no es diferente de cualquier otra información. Solo se distingue por su utilidad en el entorno de la actividad turística. Así podemos considerar información turística tanto la información de la oferta turística de un destino y de sus precios como aquella que nos explica las tendencias de la demanda. Evidentemente lo importante será obtener la información fiable y útil en cada caso”. (Centeno D. &., 2011).</p> | Actividad turística | Atractivos Turísticos Transporte Alojamiento | ¿Conoce usted los lugares turísticos de la Parroquia Quisapincha? | Encuestas Observación |
| | Oferta turística | Productos Servicios Calidad de servicios turísticos | ¿Cuándo visita la Parroquia Quisapincha, desearía obtener información turística del lugar? | |
| | Demanda Turística | Satisfacción Aumento de flujo turístico Mercado | ¿Cree usted que la información turística que se le ofrecerá en los centros comerciales del sector, brindará mayor confiabilidad y satisfacción al turista? | |
| | Turistas | Nacional Extranjero | ¿Piensa usted que la Parroquia Quisapincha tiene los recursos necesarios para la elaboración de una guía turística? | |
| | Información turística | Fiable Útil Comprensible | | |

Cuadro # 2 Operacionalización de la Variable Independiente

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

3.4.2 Operacionalización de la Variable dependiente

| Variable Dependiente: Desarrollo Turístico | | | | |
|--|-----------------------------------|--|---|-------------------------|
| CONTEXTUALIZACIÓN | CATEGORIAS | INDICADORES | ITEMS | TECNICAS INSTRUMENTOS E |
| <p>“La naturaleza en cuanto al desarrollo de la actividad turística es el neto resultado de interrelaciones entre diferentes factores que se ha considerado globalmente desde un reflejo sistemático esto quiere decir que exista una relación entre sí”. (Freires, 2011).</p> | Actividad económica | Agricultura Ganadería Pesca | ¿Cree usted que la Parroquia Quisapincha posee potencial turístico, para desarrollarse económicamente? | Información Encuestas |
| | Bienes | Materiales Inmateriales | ¿En qué rango cree usted que se ha desarrollado el turismo en la Parroquia? | |
| | Servicios | Gastronomía Turísticas Hoteleras Recreacionales | ¿Piensa usted que el mejoramiento de la infraestructura turística ayude al desarrollo turístico de la Parroquia | |
| | Desplazamiento de personas | Viajar distracción motivación | ¿Cómo considera usted que se está desarrollando el turismo en la Parroquia Quisapincha? | |
| | Población | Individuos Demografía Economía Territorio | | |

Cuadro #3: Operacionalización de la Variable Dependiente

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

3.5 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

| PREGUNTAS BÁSICAS | EXPLICACIÓN |
|--|--|
| 1.-¿Para qué? | Para cumplir con lo estipulado en los objetivos de la presente investigación |
| 2.- ¿De qué personas u objetos? | De los turistas que visitan la Parroquia y los propietarios de los almacenes |
| 3.- ¿Sobre qué aspectos? | Desarrollo Turístico |
| 4.- ¿Quién? ¿Quiénes? | El estudiante investigador |
| 5.- ¿A quiénes? | A los turistas que arriban a la Parroquia |
| 6.- ¿Cuándo? | En el periodo 2015 |
| 7.- ¿Dónde? | Parroquia Quisapincha, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua. |
| 8.- ¿Cuántas veces? | Una sola vez |
| 9.- ¿Cómo? ¿Qué técnicas de recolección? | Observación directa y encuestas |
| 10.- ¿En qué situación? | Fines de semana y Feriados |

Cuadro #4: Plan de recolección de información

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

3.6 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Para la selección de la muestra con la que se trabajó en la investigación, se tomó en cuenta el número de turistas que visitaron la Parroquia Quisapincha en el trimestre del presente año siendo este los meses de Febrero-Abril. Así mismo se ha tomado en cuenta a los propietarios de los centros comerciales, posteriormente se pudo obtener más información por medio de dos miembros importantes como son el presidente de la Junta Parroquial y el representante en el ámbito turístico de la Parroquia. Las encuestas realizadas servirán como instrumento de recolección de datos para desarrollar el presente trabajo. Posteriormente, se procedió a tabular los datos que arrojaron las encuestas mediante el programa informático Excel, y así determinar los resultados de cada una de las preguntas. Con los resultados, se eligen dos preguntas, una de cada variable de la investigación y se aplica el método estadístico CHI cuadrado, con lo que se podrá comprobar o rechazar la hipótesis propuesta.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Cuestionario apropiado para los turistas que visitan la Parroquia Quisapincha

Pregunta 1: ¿Conoce usted los lugares turísticos de la Parroquia Quisapincha?

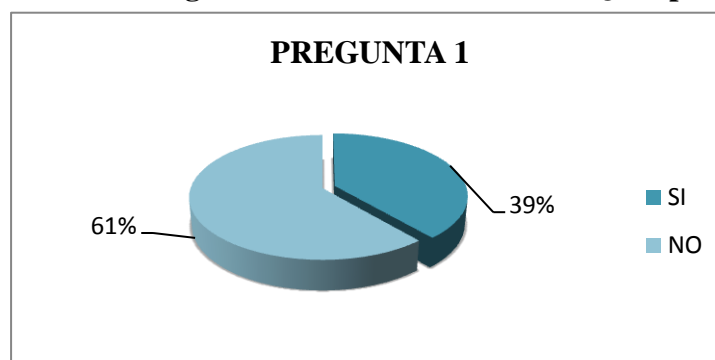
Cuadro #5: Lugares turísticos conocidos en Quisapincha

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| SI | 69 | 39 |
| NO | 109 | 61 |
| Total | 178 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Gráfico #6 Lugares turísticos conocidos en Quisapincha



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. De acuerdo con las encuestas aplicadas, se tiene que del 100% de turistas nacionales que visitan la Parroquia Quisapincha, el 39% conocen los lugares turísticos de la misma. Mientras que el 61% no conocen.

Interpretación. Visto que la mayor parte de los visitantes no conocen los lugares turísticos de la Parroquia Quisapincha es preciso incrementar

información turística del mismo, para que así los visitantes puedan conocer los sitios de interés y Quisapincha consiga desarrollarse turísticamente.

Pregunta 2: ¿Cree usted que la Parroquia Quisapincha posee potencial turístico, para desarrollarse económicamente?

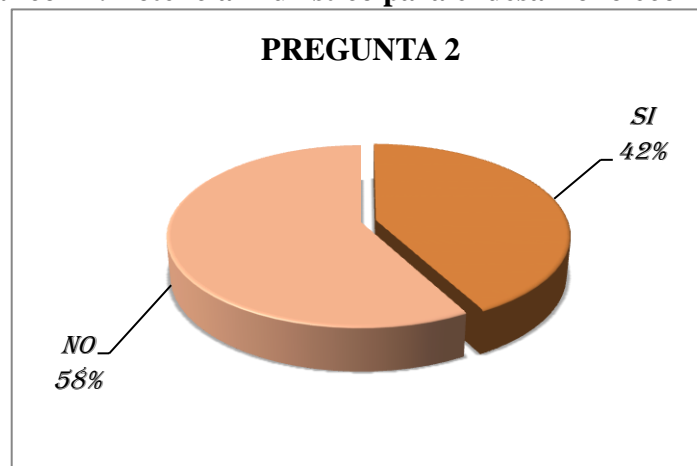
Cuadro #6: Potencial Turístico para el desarrollo económico

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| SI | 75 | 42 |
| NO | 103 | 58 |
| TOTAL | 178 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Gráfico #7: Potencial Turístico para el desarrollo económico



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. Del 100% de turistas encuestados el 42% establecen que la Parroquia Quisapincha posee potencial Turístico para desarrollarse económicamente y el 58% respondieron que la Parroquia no posee potencial turístico.

Interpretación. La mayor parte de encuestados establecen que Quisapincha no poseen potencial turístico para desarrollarse económicamente, por lo cual es necesario el trabajo arduo de quienes

estamos respaldando para que la Parroquia pueda desarrollarse de una mejor manera siempre y cuando se encuentre direccionada al turismo.

Pregunta 3: ¿Considera usted que en la Parroquia Quisapincha, se debería elaborar una guía turística que facilite esta actividad?

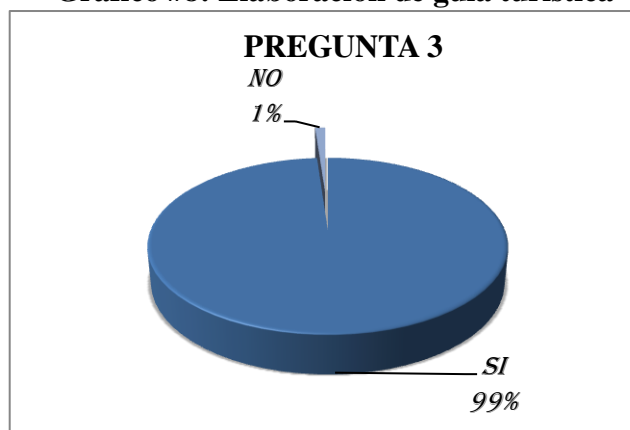
Cuadro #7: Elaboración de guía turística

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| SI | 176 | 99 |
| NO | 2 | 1 |
| TOTAL | 178 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Gráfico #8: Elaboración de guía turística



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. Del 100% de turistas encuestados el 99% respondieron positivamente y piensan que se debería elaborar una guía turística mientras que el 2% respondieron en una forma negativa en lo cual mencionaron que es muy necesario pero no sería útil para la sociedad.

Interpretación. Tomando en cuenta que una guía turística sería un material necesario para que turistas que visiten la Parroquia, puedan obtener suficiente información del lugar y no solo gozar de un visitante satisfecho sino más bien tener un turista gustoso de haber conocido Quisapincha.

Pregunta 4: ¿Cuándo visita la Parroquia Quisapincha, desearía obtener información turística del lugar?

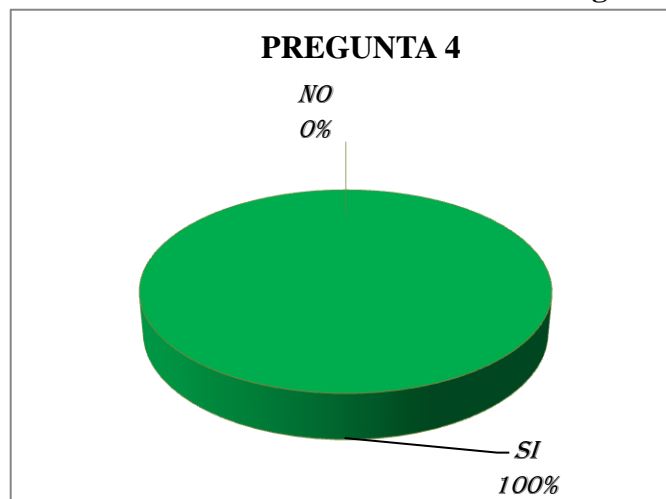
Cuadro #8: Información turística el lugar

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| SI | 178 | 100 |
| NO | 0 | 0 |
| TOTAL | 178 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Gráfico #9: Información turística el lugar



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. De acuerdo con las encuestas aplicadas, se tiene que el 100% de turistas nacionales que visitan la Parroquia Quisapincha desearían obtener información turística del lugar.

Interpretación. Visto que la totalidad de encuestados están de acuerdo que al momento de llegar a Quisapincha se le brinde información turística de la Parroquia es preciso que Quisapincha se halle inmersa en muchos medios de comunicación para que las personas de todo el país se encuentren informadas y tomen en cuenta que el Cantón Ambato tiene un sitio de interés turístico más para ofrecer y este es Quisapincha.

Pregunta 5: ¿Considera usted que la Parroquia Quisapincha tiene los recursos turísticos necesarios para la elaboración de una guía turística?

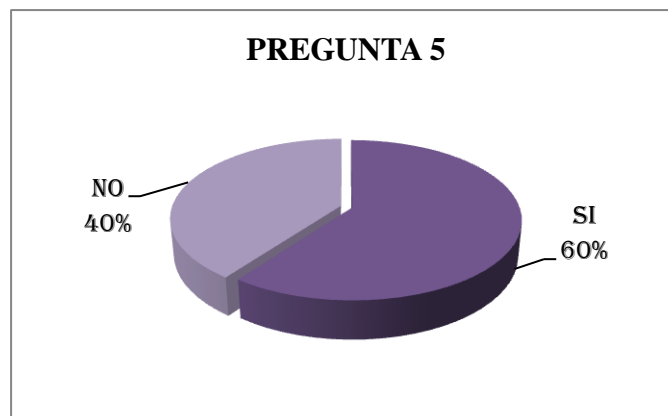
Cuadro #9: Recursos para la elaboración de una guía turística

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| SI | 107 | 60 |
| NO | 71 | 40 |
| TOTAL | 178 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Gráfico #10: Recursos para la elaboración de una guía turística



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. Del 100% de turistas encuestados, el 60% afirman que Quisapincha tiene los recursos necesarios para la elaboración de una guía turística mientras que el 45% no piensan de la misma manera.

Interpretación. La mayoría de turistas concuerdan que Quisapincha posee los recursos ineludibles para la elaboración de una guía turística, simplemente que no han sido promocionados de una manera adecuada, pero cabe señalar que es ineludible trabajar en cuanto a la promoción y difusión de sus recursos para que personas que visitan la Parroquia puedan satisfacer sus necesidades.

Pregunta 6: ¿Cree usted que la información turística que se le ofrecerá en los centros comerciales brindará mayor confiabilidad y satisfacción al turista?

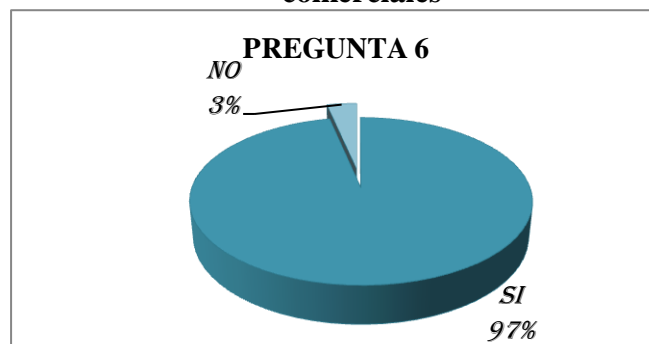
Cuadro #10: Información turística brindada en los centros comerciales

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| SI | 172 | 97 |
| NO | 6 | 3 |
| TOTAL | 178 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Gráfico #11: Información turística brindada en los centros comerciales



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. Del 100% de turistas encuestados, el 97% afirman que la información que se ofrecerá en los almacenes de artículos de cuero brindará confiabilidad y satisfacción al turista

Interpretación. Visto que la mayor parte de encuestados están de acuerdo que se les ofrezca información turística dentro de los locales, es necesario tomar en cuenta el trabajo mancomunado para que Quisapincha pueda desarrollarse turísticamente y que mientras los visitantes se encuentren dentro de la Parroquia puedan nutrirse de información.

Pregunta 7: ¿En qué rango cree usted que se ha desarrollado el turismo en la Parroquia?

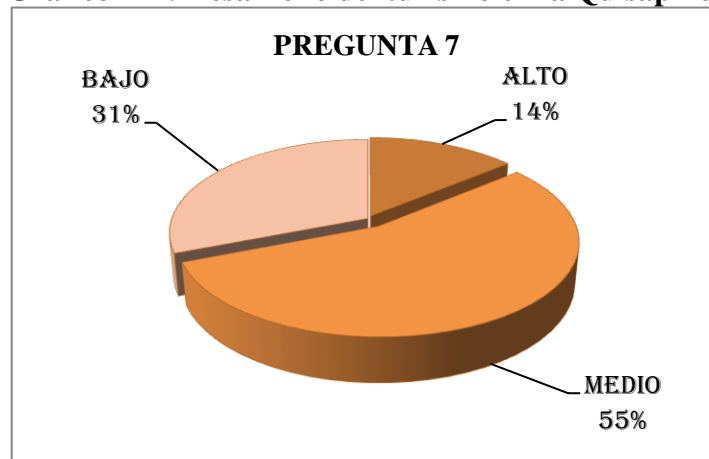
Cuadro #11: Desarrollo del turismo en la Quisapincha

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| ALTO | 25 | 14 |
| MEDIO | 98 | 55 |
| BAJO | 55 | 31 |
| Total | 178 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Gráfico #12: Desarrollo del turismo en la Quisapincha



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. Un 14% de los turistas que visitan la Parroquia Quisapincha mencionan que el turismo se ha desarrollado en un nivel alto. Mientras que en un 55% señalan que la Parroquia Quisapincha se ha desarrollado turísticamente en un nivel medio y el 31% de los encuestados indican que el turismo en la Parroquia se ha ido desarrollando en un nivel bajo.

Interpretación. En base a los resultados obtenidos se pudo observar que Quisapincha se está desarrollando turísticamente en un nivel medio lo que provoca un déficit de la economía de los pobladores, para lo cual es necesario realizar más énfasis en cuanto a promoción y difusión del lugar.

Pregunta 8: ¿Piensa usted que la promoción turística ayude al desarrollo turístico de la Parroquia?

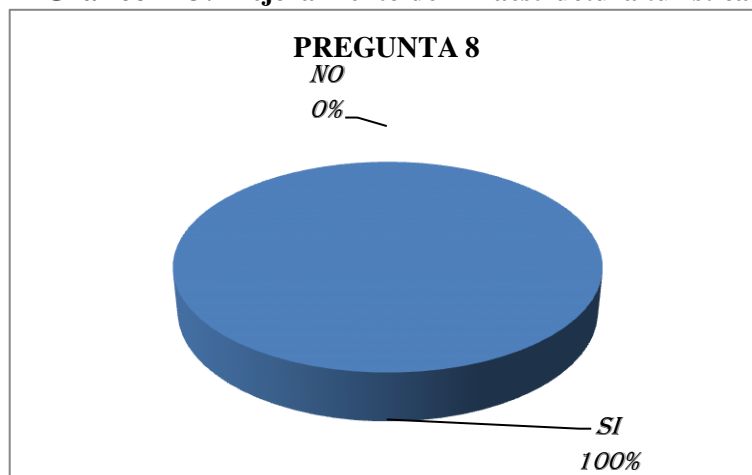
Cuadro #12: Mejoramiento de infraestructura turística

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| SI | 178 | 100 |
| NO | 0 | 0 |
| Total | 178 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Gráfico #13: Mejoramiento de infraestructura turística



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. El 100% de los turistas encuestados consideran que la promoción turística si ayudaría al desarrollo turístico de la Parroquia Quisapincha.

Interpretación. De cierta manera la elaboración de una guía turística, permitirá promocionar de mejor manera los recursos turísticos que será de gran ayuda ya que brindará beneficios a la Parroquia e incrementará el desarrollo turístico a gran medida.

Pregunta 9: ¿Cree usted que el incremento de turistas aportarían al desarrollo turístico y económico de la Parroquia?

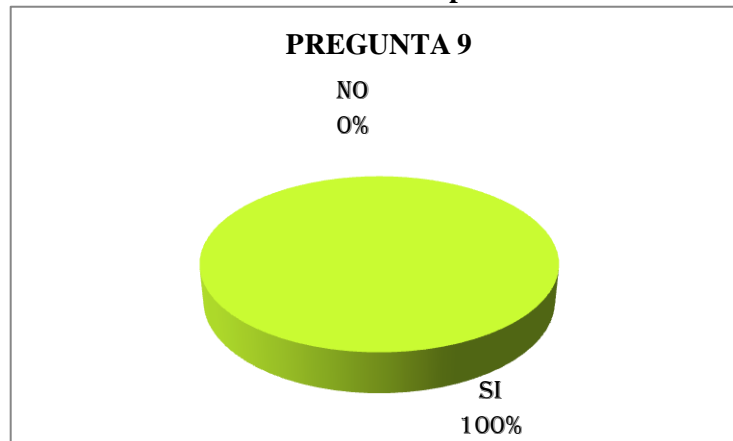
Cuadro #13: Incremento de turistas aportan al desarrollo turístico

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| SI | 178 | 100 |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 178 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Gráfico #14: Incremento de turistas aportan al desarrollo turístico



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. El 100% de los turistas encuestados consideran que el incremento de turistas aportarían al desarrollo turístico de la Parroquia Quisapincha.

Interpretación. De los datos obtenidos se determina que la totalidad de encuestados están de acuerdo que el incremento de turistas aportarían al desarrollo turístico de la Parroquia Quisapincha, lo cual se ve reflejado en el incremento de los mismos ya que crean plazas de empleo ya sean directa o indirectamente lo cual ayudará al desarrollo turístico y económico de la Parroquia.

Encuesta dirigida a los propietarios de los locales que se encuentran en la Parroquia Quisapincha.

Pregunta 1: ¿Cree usted que la Parroquia Quisapincha posee potencial turístico, para desarrollarse económicamente?

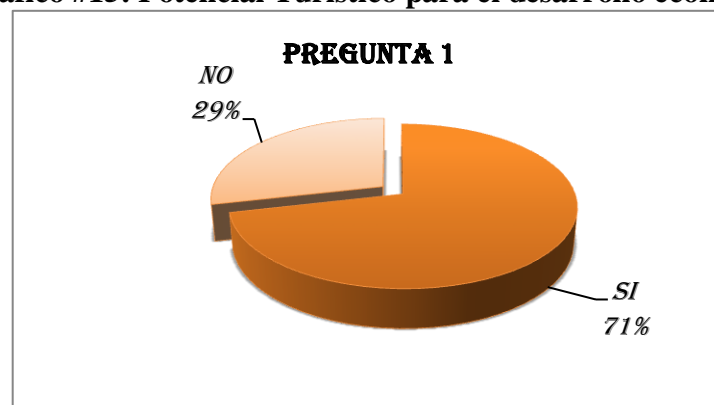
Cuadro #14: Potencial Turístico para el desarrollo económico

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| SI | 20 | 71 |
| NO | 8 | 29 |
| Total | 28 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Gráfico #15: Potencial Turístico para el desarrollo económico



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. Del 100% de los propietarios de los almacenes, el 71% establecen que la Parroquia Quisapincha posee potencial Turístico para desarrollarse económicamente y el 29% respondieron que la Parroquia no posee potencial turístico.

Interpretación. La mayor parte de los propietarios mencionaron que Quisapincha posee potencial turístico para desarrollarse turísticamente, mismo que puede generar crecimiento económico y por ende deben tomar en cuenta que dichos potenciales turísticos no se encuentran dinamizados al máximo.

Pregunta 2: ¿Considera usted que en la Parroquia Quisapincha, se debería elaborar una guía turística que facilite esta actividad?

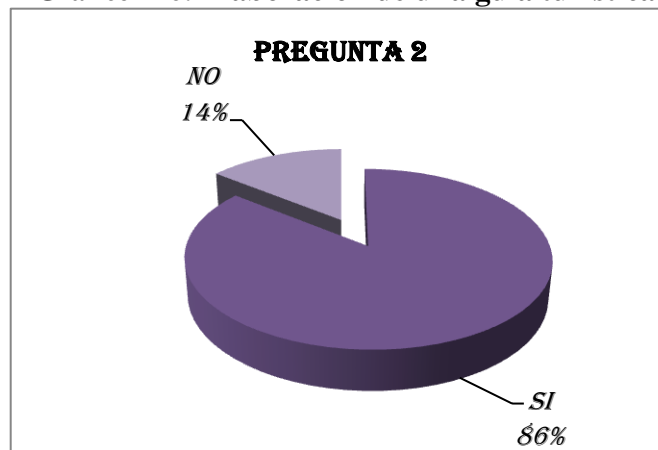
Cuadro #15: Elaboración de una guía turística

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| SI | 24 | 86 |
| NO | 4 | 14 |
| TOTAL | 28 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Gráfico #16: Elaboración de una guía turística



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. Del 100% de los propietarios encuestados el 86% respondieron positivamente y piensan que se debería elaborar una guía turística mientras que el 14% respondieron en una forma negativa.

Interpretación. Tomando en cuenta que una guía turística sería un material clave para que turistas que visiten la Parroquia Quisapincha, puedan obtener suficiente información del lugar y tengan una visión más amplia, no solo de la ruta del cuero sino más bien sitios turísticos como las cascadas el volcán inactivo, los lugares de recreación entre otros.

Pregunta 3: ¿Estaría usted dispuesto a brindar información turística de una manera cordial a las personas que visitan su local?

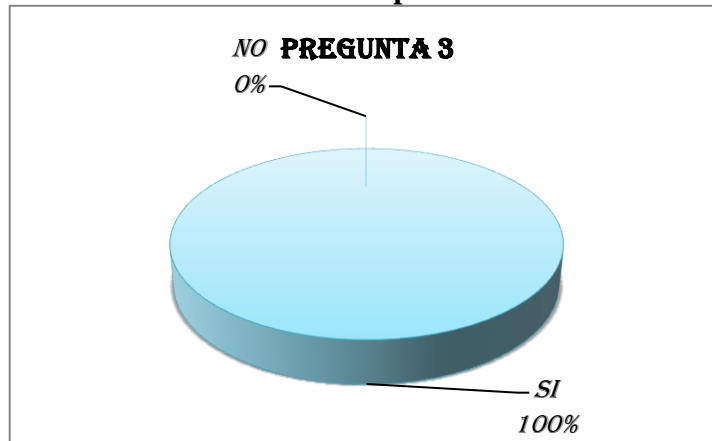
Cuadro #16: Brindar información turística de una manera atenta

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| SI | 28 | 100 |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 28 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Gráfico #17: Potencial Turístico para el desarrollo económico



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. De acuerdo con las encuestas aplicadas, se tiene que el 100% de los encuestados están dispuestos a brindar información turística de una manera cordial a los turistas que visitan su local.

Interpretación. La totalidad de propietarios encuestados están de acuerdo en brindar información turística a las personas que visitan su local, ya que una de las metas a alcanzar es el difundir nuestros recursos y cabe recalcar la oportunidad del trabajo mancomunado de los moradores que día a día están tratando que Quisapincha sea reconocido turísticamente no solo a nivel nacional sino internacionalmente. .

Pregunta 4: ¿Considera usted que la Parroquia Quisapincha tiene los recursos necesarios para la elaboración de una guía turística?

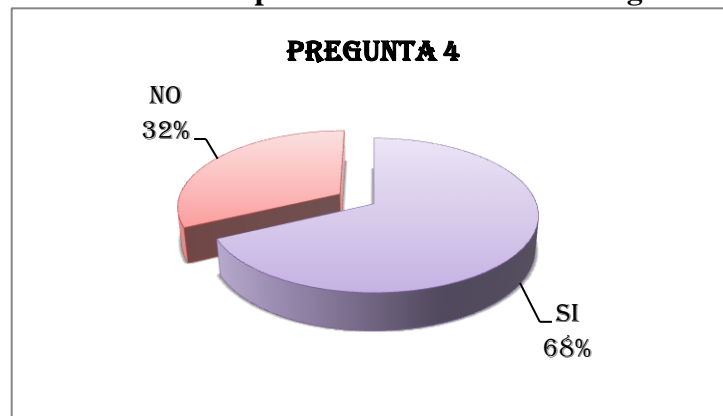
Cuadro #17: Recursos para la elaboración de una guía turística

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| SI | 19 | 68 |
| NO | 9 | 32 |
| TOTAL | 28 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Grafico #18: Recursos para la elaboración de una guía turística



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. Del 100% de personas encuestado, el 68% afirman que Quisapincha tiene los recursos necesarios para la elaboración de una guía turística mientras que el 32% no piensan de la misma manera.

Interpretación. La mayoría de propietarios concuerdan que la elaboración de una guía turística en la Parroquia Quisapincha sería de gran apoyo para la promoción y difusión en torno a sus recursos ya que en base al mismo Quisapincha podrá desarrollarse turística.

Pregunta 5: ¿En qué nivel ¿cree usted que la Parroquia cuenta con el apoyo de los sectores públicos y privados para desarrollar la actividad turística?

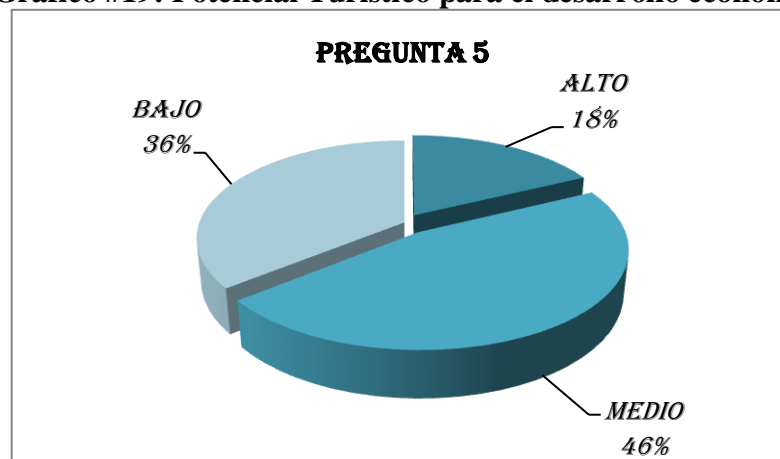
Cuadro #18: Apoyo de los sectores público y privado para el desarrollo turístico

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| ALTO | 5 | 18 |
| MEDIO | 13 | 46 |
| BAJO | 10 | 36 |
| Total | 28 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Gráfico #19: Potencial Turístico para el desarrollo económico



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. De acuerdo con los datos obtenidos, la Parroquia Quisapincha cuenta con el apoyo de los sectores público y privado para el desarrollo turístico en un rango alto equivalente al 18%, un 46% reflejado en un rango medio y el 36% en un rango bajo.

Interpretación. El soporte tanto de los sectores públicos como privados, es fundamental ante cualquier circunstancia y más aún si se trata del desarrollo turístico de la Parroquia; según la encuestas realizadas el apoyo de los sectores públicos y privados se encuentran en un nivel medio y por ende aun es necesario impulsar y promover todo lo referente al turismo y sus respectivas modalidades, para de esta manera tener mayor incremento económico y turístico.

Pregunta 6: ¿Piensa usted que es necesario la promoción turística de los recursos naturales y culturales que posee la Parroquia Quisapincha?

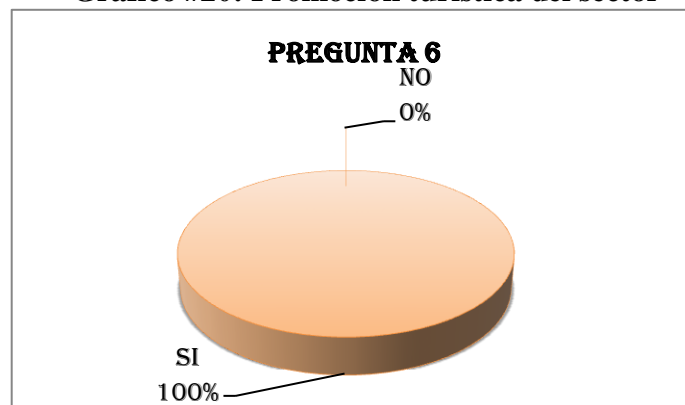
Cuadro # 19: Promoción turística del sector

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| Si | 28 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 28 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Gráfico #20: Promoción turística del sector



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. El 100% de los encuestados consideran que es necesario la promoción turística de los recursos naturales y culturales de la Parroquia Quisapincha.

Interpretación. De los datos obtenidos se determina que la totalidad de encuestados están de acuerdo que la promoción turística es sumamente importante.

Pregunta 7: ¿Piensa usted que la elaboración de la Guía turística será una estrategia para el desarrollo turístico del sector?

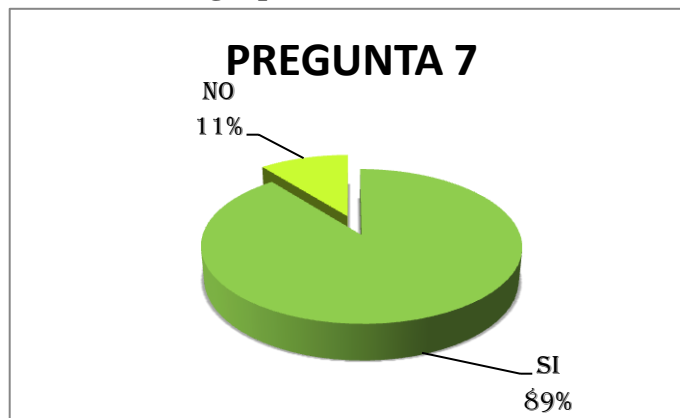
Cuadro #20: Estrategia para el desarrollo turístico del sector

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|--------------|------------|------|
| | NÚMERO | % |
| SI | 25 | 89 |
| NO | 3 | 11 |
| Total | 28 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Grafico #21: Estrategia para el desarrollo turístico del sector



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. Del 100% de los propietarios encuestados, el 89% consideran que al tener una guía turística elaborada si aportará al desarrollo turístico de la Parroquia Quisapincha, por el contrario el 11% de los encuestados no están de acuerdo.

Interpretación De cierta manera la elaboración de la Guía Turística será una estrategia para el desarrollo del mismo porque a través del folleto se podrá brindar información de todos los lugares turísticos existentes en el sector.

Pregunta 8: ¿Cómo considera usted que se está desarrollando el turismo en la Parroquia Quisapincha?

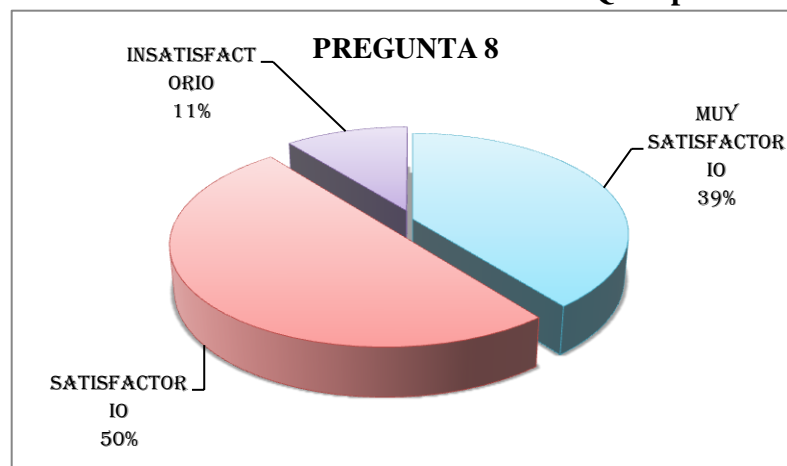
Cuadro # 21: Desarrollo turístico en Quisapincha

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | |
|-------------------|------------|-------------|
| | NÚMERO | % |
| MUY SATISFACTORIO | 11 | 39 |
| SATISFACTORIO | 14 | 50 |
| INSATISFACTORIO | 3 | 11 |
| Total | 28 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Gráfico #22: Desarrollo turístico en Quisapincha



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Análisis. El desarrollo del turismo en la Parroquia Quisapincha es percibido por los visitantes de la siguiente manera: en grado muy satisfactorio se tiene un 39%, seguido del grado satisfactorio con un 50%, y finalmente en grado insatisfactorio con un 11%.

Interpretación. En base a los resultados obtenidos se pudo observar que Quisapincha se está desarrollando turísticamente de un grado satisfactorio lo que provoca un déficit de la economía de los pobladores, para lo cual necesario mejorar la promoción y difusión del turismo dentro del sector.

4.2 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para la verificación de la hipótesis del presente trabajo de investigación se utilizó el método estadístico, conocido como chi-cuadrado

4.2.1 Planteamiento de la Hipótesis

Ho: La Información Turística NO aporta en el desarrollo turístico de la Parroquia Quisapincha Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

H1: La Información Turística SI aporta en el desarrollo turístico de la Parroquia de Quisapincha Cantón Ambato Provincia de Tungurahua.

4.2.2 Selección del Nivel de Significación

Se utilizará el nivel $\alpha = 0,01$

4.2.3 Descripción de la Población

Se extrajo una muestra de 178 turistas y 28 propietarios de los almacenes de artículos de cuero de la Parroquia Quisapincha, a quienes se les aplicó una encuesta sobre la información turística y su desarrollo.

4.2.4 Especificación del Estadístico

De acuerdo a la tabla de contingencia 4*2 utilizaremos la fórmula

$$X^2 = \frac{\sum (O-E)^2}{E} \quad \text{dónde:}$$

X^2 = chi o ji cuadrado

Σ = Sumatoria

O= Frecuencias Observadas

E= Frecuencias Esperadas

4.2.5 Especificación de las Regiones de Aceptación y Rechazo

Para decidir sobre estas regiones primeramente determinamos los grados de libertad conociendo que el cuadro está formado por 4 filas y 2 columnas

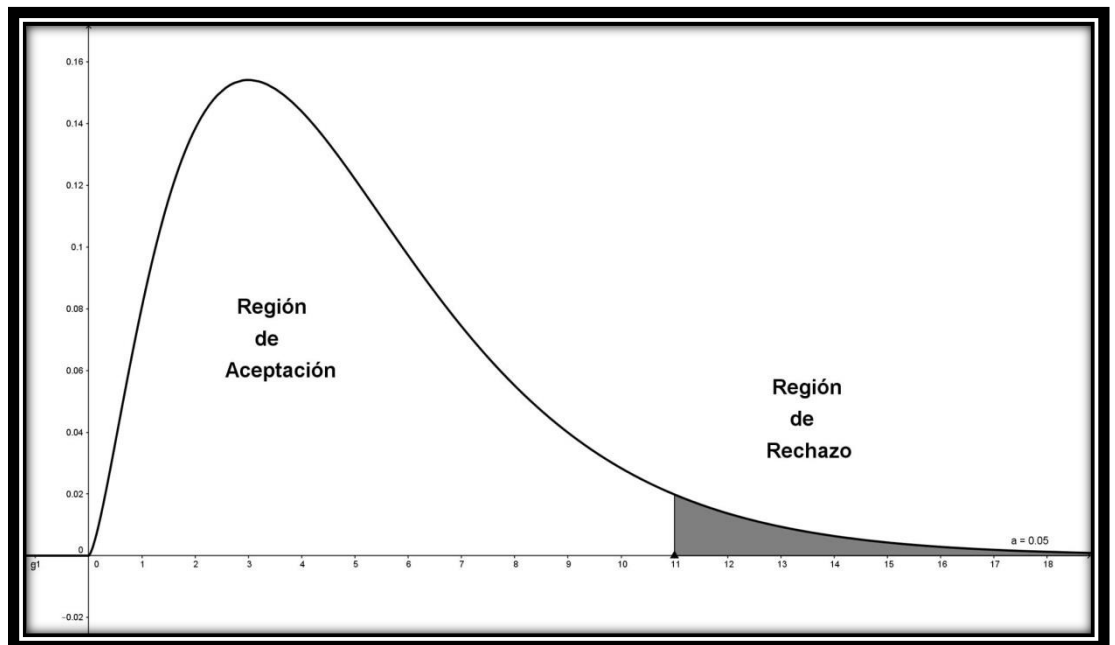
$$gl = (f-1)(c-1)$$

$$gl = (4-1)(2-1)$$

$$gl = 3 \cdot 1 = 3$$

Entonces 3gl y un nivel del 0.01 tenemos en la tabla de X^2 el valor de 11,344 por lo tanto se acepta la hipótesis nula para todo valor de chi cuadrado que se encuentre hasta el valor 11,344 y se rechaza la hipótesis nula cuando los valores calculados son mayores de 11,344. La representación gráfica sería.

Gráfico #23: Campana de Gauss



Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

4.2.6 Recolección de Datos y Cálculo de los Estadísticos

Cuadro # 22: Frecuencias Observadas

| PREGUNTAS | CATEGORIAS | | SUBTOTAL |
|--|------------|----------|------------|
| | SI | NO | |
| 4.- ¿Cuándo visita la Parroquia Quisapincha, desearía obtener información turística del lugar? | 178 | 0 | 178 |
| 6.- ¿Piensa usted que es necesario la promoción turística de los recursos naturales y culturales que posee la Parroquia Quisapincha? | 28 | 0 | 28 |
| 9.- ¿Cree usted que el incremento de turistas aportarían al desarrollo turístico y económico de la Parroquia? | 178 | 0 | 178 |
| 7.- ¿Piensa usted que la elaboración de la Guía turística será una estrategia para el desarrollo turístico del sector? | 25 | 3 | 28 |
| TOTAL | 409 | 3 | 412 |

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Cuadro # 23: Frecuencias Esperadas

| PREGUNTAS | CATEGORIAS | | TOTAL |
|--|------------|----------|------------|
| | SI | NO | |
| 4.- ¿Cuándo visita la Parroquia Quisapincha, desearía obtener información turística del lugar? | 176,7 | 1,296 | 178 |
| 6.- ¿Piensa usted que es necesario la promoción turística de los recursos naturales y culturales que posee la Parroquia Quisapincha? | 27,8 | 0,204 | 28 |
| 9.- ¿Cree usted que el incremento de turistas aportarían al desarrollo turístico y económico de la Parroquia? | 176,7 | 1,296 | 178 |
| 7.- ¿Piensa usted que la elaboración de la Guía turística será una estrategia para el desarrollo turístico del sector? | 27,8 | 0,204 | 28 |
| TOTAL | 409 | 3 | 412 |

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

Cuadro # 24: Chi Cuadrado

| O | E | (O-E) | (O-E)^2 | (O-E)^2/E |
|------------|-----------------|--------------|----------------|------------------------------|
| 178 | 176,7039 | 1,296 | 1,6799 | 0,010 |
| 0 | 1,2961 | -1,296 | 1,6799 | 1,296 |
| 28 | 27,7961 | 0,204 | 0,0416 | 0,001 |
| 0 | 0,2039 | -0,204 | 0,0416 | 0,204 |
| 178 | 176,7039 | 1,296 | 1,6799 | 0,010 |
| 0 | 1,2961 | -1,296 | 1,6799 | 1,296 |
| 25 | 27,7961 | -2,796 | 7,8183 | 0,281 |
| 3 | 0,2039 | 2,796 | 7,8183 | 38,347 |
| 412 | 412,0000 | | | X²= 41,445 |

Elaborado por: Ballesteros, Myriam (2015)

DECISIÓN: Para 3 grados de libertad a un nivel 0,01 se obtiene en la tabla 11,344y como el valor del chi cuadrado calculado es de 41,445 se encuentra fuera de la región de aceptación, entonces se rechaza la hipótesis nula por lo que se acepta la hipótesis alternativa que dice la información turística si aporta en el desarrollo turístico de la Parroquia Quisapincha Cantón Ambato Provincia de Tungurahua

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.- CONCLUSIONES

- El presente estudio de investigación estableció que es sustancial la información turística para ampliar el turismo dentro de la parroquia por medio de los atractivos que posee el mismo.
- Mediante la investigación se ha visto que es necesario incrementar información turística actualizada y didáctica en la parroquia, para que los turistas accedan a los sitios de interés y Quisapincha logre desarrollarse en cuanto al turismo.
- La Información Turística que se les ofrecerá durante su estancia, brindará sin duda alguna, mayor seguridad y confiabilidad al turista que visite nuestras riquezas tanto naturales como culturales.
- Quisapincha es un lugar turístico que merece ser visitado ya que posee gran cantidad de atractivos que al ser promocionados daría importancia a las entidades públicas como privadas.
- La información turística del sector debe ser actualizada y se debe tomar en cuenta que la información extraída tiene que ser auténtica ya que los turistas necesitan obtener información fiable y útil.

5.1 RECOMENDACIONES

- Es preciso elaborar una guía turística la misma que ayudará en la promoción de la Parroquia Quisapincha para que se desarrolle turísticamente.
- Se necesita capacitar a los habitantes de la Parroquia Quisapincha para que tomen conciencia de lo importante que es el turismo no solo a nivel de parroquia sino más bien se debería trabajar mancomunadamente a nivel de provincias para que así se pueda formar un hilo conductor que aporte al turismo a nivel nacional.
- Es recomendable recabar información sobre los lugares turísticos que posee Quisapincha así mismo como su cultura, leyendas, arte, forma de vida, tomando en cuenta la accesibilidad para los mismos.
- Se recomienda abrir nuevos segmentos de mercado, en el cual se pueda desarrollar un turismo consiente, y lo más importante un turismo medioambientalista que proteja la naturaleza.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos informativos

Título: Guía Turística “QUISAPINCHA CULTURA TURISMO Y TRADICIÓN”

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Temperatura: Media 12.5 grados centígrados

Población: Según Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010), la población de Parroquia Quisapincha es de 13.001 habitantes.

Extensión: 100 KM²

Altitud: 3.110 m.s.n.m.

Límites: Al Norte la Provincia de Cotopaxi (población de Cusubamba), al Sur las Parroquias Pasa y Santa Rosa, al Este las Parroquias San Bartolomé de Pinllo y Ambatillo, y al Oeste las Parroquias San Fernando y Pasa.

Encuestados: 178 pobladores

Idioma: Kichwa y Español.

Periodo: Octubre 2015 – Marzo 2016

Beneficiarios: Turistas que arriban a la Parroquia Quisapincha

6.2 Antecedentes de la Propuesta

Una vez concluida la investigación y en base a los resultados obtenidos en los diferentes datos estadísticos conjuntamente con las observaciones realizadas se identifica que los visitantes no cuentan con la información necesaria de los lugares turísticos que posee la Parroquia Quisapincha, debido a que no existe material informativo actualizado y por ende alcanza un nivel medio en cuanto al desarrollo turístico.

Quisapincha conserva la riqueza tanto natural como cultural las mismas que pueden ser ofertadas a través de productos turísticos oportunos puesto que una guía turística facilitará el acceso a los recursos tanto naturales como culturales además de su tradición ancestral y gastronomía típica.

Sin embargo la parroquia ha provocado que los turistas sientan desinterés de visitar Quisapuncha debido a la escasa información turística que posee, la misma que genera un retroceso del desarrollo turístico y económico dentro del sector.

La elaboración de una guía turística permitirá que los visitantes se encuentren informados y tengan la facilidad de obtener diversas alternativas para compartir en familia y aprender de las maravillas naturales y culturales que nuestra madre tierra nos brinda, con el fin de mejorar la afluencia de personas que visitan el sector y satisfaciendo las necesidades de cada uno de ellos.

6.3 Introducción

El presente trabajo de investigación es de gran importancia para Quisapincha debido a que mediante la elaboración de una guía turística se pretende dar a conocer los atractivos turísticos en su totalidad, la misma que contribuirá con el desarrollo del turismo y la parroquia tendrá numerosa demanda turística lo cual será provocado como uno de los destinos favoritos para los turistas que visitan la provincia de Tungurahua.

Su utilidad se encamina hacia los habitantes del sector ya que podrán trabajar mancomunadamente, su deber con esta propuesta es promocionar sus productos mediante la guía turística, con la finalidad de que los turistas que arriban a la Parroquia tengan conocimiento de todos los sitios que posee el sector y de esta manera el turismo se convierta en una fuente rentable para los moradores ya que permitirá crear más fuentes de trabajo porque la afluencia de turistas aumentará hacia los sectores menos visitados.

La elaboración de la guía turística se diseñó de una manera original y autentica del investigador con el fin de incrementar los recursos económicos del sector y aportar al desarrollo turístico del mismo.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 Objetivo General

- Elaborar una guía turística para facilitar al visitante la información necesaria y de esta manera aportar al desarrollo del turismo en la Parroquia Quisapincha.

6.4.2 Objetivos Especificos

- Difundir las bondades Paisajísticas y atractivos turísticos de la Parroquia Quisapincha.

- Imprimir la guía turística para mostrar al visitante las maravillas que posee Quisapincha.
- Ejecutar la propuesta con el apoyo de las autoridades, docentes y la asociación de artesanos de Quisapincha.

6.5 Factibilidad

Será factible puesto que cuenta con varios recursos para su ejecución tales como el apoyo del Ministerio de Turismo, gobiernos locales, identidades públicas, apoyo de la Junta Parroquial, habitantes del lugar y el investigador.

La elaboración de la guía turística se podrá ejecutar sin mayor inversión económica, puesto que sus atractivos son una base para su creación además su trascendencia es importante porque será una fuente significativa de empleo que beneficiará a las personas de la Parroquia.

6.6 Fundamentación Científica Técnica

Guía Turística

Icomos (2006), determina que la guía turística. “Es la información fundamental que necesita un turista, para la planificación de un viaje, por lo que una de sus funciones es entregar al visitante información en donde no se representa a un país en su totalidad sino exclusivamente en función como destino turístico”. (Icomos, Carta del turismo cultural , 2006, pág. 76).

Los libros o guías son manuales de instrucción de quienes planifican o realizan desplazamientos circulares, las guías son de muy reciente aparición, sin embargo las guías son instrumentos de apoyo al vencimiento de la distancia que tiene cierta antigüedad.

Muñoz (2004), menciona que “Los primeros libros fueron escritos en su mayor parte con fines sapienciales pero muchos se utilizaron como facilitadores de desplazamientos” (Muñoz, 2004, pág. 75).

Las guías turísticas, poseen información sobre historia, arte, arquitectura, costumbres, gastronomía y otros aspectos más de los lugares de interés ya sea de un país o en una localidad, de igual forma permiten a los visitantes diseñar su propio itinerario, fijar fechas y horarios de recorrido, indica específicamente en que consiste las actividades y como se puede desarrollar.

En este manual, el lector interesado en el tema encontrara toda la información al respecto; expuesta en forma amena y comprensible.

Característica de la Guía Turística

- Práctica
- Versátil
- Dinámica
- Didáctica
- Manejable
- Concreta
- Comprensible

Contenidos de una Guía Turística

Criterios de selección de los servicios básicos y complementarios

- Hospedaje
- Alimentos y bebidas
- Información turística
- Terminal de autobús
- Servicios complementarios

Agregados que conforman la guía turística

- Portada

- Anteportada
- Geografía
- Índice
- Presentación o bienvenida
- Uso de la guía
- Simbología
- Referencias históricas
- Presentación de los atractivos
- Itinerarios de viaje/ rutas

Componentes Técnicos de la Guía Turística

- Toma de fotografías, identificando claramente el objetivo de lo descrito
- Índice de fotografías de cada uno de los atractivos
- Mapas
 - a. Elementos del Mapa y/o Carta
 - b. Contenido del Mapa Turístico
 - c. Croquis del sector

Interrogantes que debe hacerse el editor de una Guía Turística.

Lugares de encuentro

¿Qué se puede comprar en el destino y dónde comprar?

Actividades en general

¿Qué se puede hacer en el lugar visitado?

¿Qué lugares son recomendables para visitar?

¿Cuál es el costo de los lugares de interés?

¿Dónde se pueden conseguir suvenires económicos?

¿Qué productos son típicos del área?

¿Qué se podría comprar para llevar un buen recuerdo?

Alojamiento

¿Qué sitios son recomendables para alojarse?

¿Qué servicios ofrecen hoteles, moteles, hostales, apartamentos, pensiones?

¿Dónde se puede encontrar estos establecimientos?

¿Están cerca de los puntos de interés turístico?

Puntos de interés turístico

Describe brevemente una de las mayores atracciones turísticas que se puede visitar en el destino visitado.

Transporte

¿Qué transportes públicos se ofrecen en el lugar?

¿Cuánto cuesta viajar en autobús, taxi, etc. para movilizarse por la ciudad o salir de ella?

Otros Aspectos que se Deben Tener en Cuenta

Actividades de tiempo libre

¿Qué deportes podrían practicar los turistas en la región?

¿Qué actividades o eventos culturales se ofrecen para los turistas?, exposiciones, conciertos, presentaciones, etc.

¿Qué eventos sociales se ofrecen? (ferias, Música, baile, etc.)

Tradiciones

¿Qué tipo de fiestas y tradiciones populares/ culturales puede experimentar un turista en el lugar visitado?

¿Qué días festivos hay? y ¿Cuándo son?

¿Qué se permite hacer o no en determinados sitios?

Particularidades del libro guía

- Realizar un retrato de la situación actual del lugar.
- Alertar sobre los posibles impactos que se puede causar
- Efectuar sugerencias y propuesta a los turistas
- Constituirse en una fuente de consulta para los lectores

6.7 Metodología

Los métodos y técnicas que se utilizaron para el presente trabajo se aplicaron de acuerdo a los objetivos planteados.

Se utilizó el método de observación porque para la elaboración de la guía turística fue necesario visitar cada uno de los lugares junto con el guía quien nos brindó información ineludible para la elaboración del mismo así mismo se empleó el método empírico ya a través de la elaboración de la guía turística se fue adquiriendo nuevas experiencias las mismas que fueron plasmadas dentro de la información adquirida. También se aplicó el método descriptivo porque profundizo cada uno de los atractivos mencionados dentro del sector, es decir se describió los datos específicos de los recursos naturales y culturales de la Parroquia.

Así mismo se utilizaron técnicas como la bibliográfica documental la misma que nos permitió ampliar las teorías descritas dentro de la propuesta planteada. Otra técnica que se utilizó fue las encuestas, en las que se planteó un cuestionario dicotómico en la mayoría de las preguntas con el fin de obtener datos específicos. Así mismo se realizó una entrevista al Licenciado Eustaquio Toala, miembro de la comisión de gestión ambiental y ecoturismo quien nos brindó información suficiente y

nos manifestó la situación actual de la Parroquia Quisapincha y de cómo se está desarrollando el turismo dentro del sector.

6.8 Recursos y Presupuesto

Talento Humano

Para la realización del proyecto de investigación es importante la participación del siguiente talento humano:

- Director(a) de Tesis.
- Egresada Ballesteros Pérez Myriam Gricelda

Recursos Materiales.

- Computadora
- Cámara fotográfica
- Guía Turística

Recursos Financieros.

Los recursos financieros serán asumidos totalmente por el Autor del presente proyecto.

Ingresos

Myriam Ballesteros \$ 300.00

ATRATIVOS
QUISAPINCHA
ECUADOR



Guía Turística QUISAPINCHA

**TURISMO CULTURA
Y TRADICIÓN**

ÍNDICE

Mapa turístico de Tungurahua

Croquis de la Parroquia Quisapincha

Reseña Histórica

Toponimia

Señalética turística

¿Cómo Llegar?

Recursos turísticos

- Parque Provincial de la Familia
- Mirador Quindialó
- Ruta turística del cuero
- Iglesia Quisapincha
- Parque Central
- Gruta de Santa Suela
- Fortaleza de Pucará
- Quesería Ambayata
- Siembra Agroecológica
- Cerro Filochupa
- Comunidad Nueva Tondolique
- Paramos de Quisapincha
- Mirador Pucará loma
- Zona Yanarumipunko
- Bosque Centenario
- Mirador Taurilomachupa
- Mirador Condormatzi
- Chorrera Tauriloma
- Mirador Yaractamiloma
- Cerro Casahuala
- Sendero Alajua Ñan “Camino del Río”

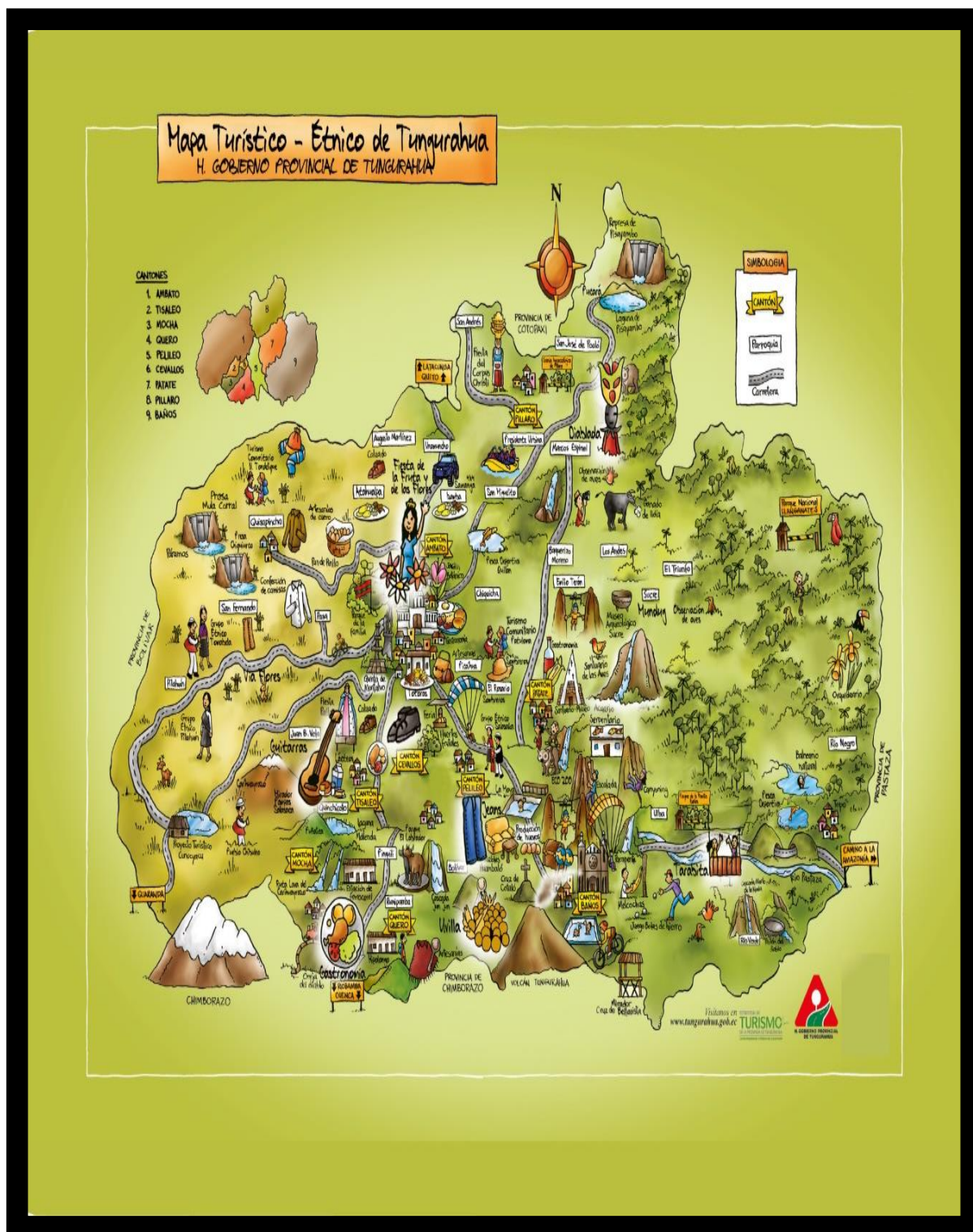
Gastronomía

- Sabor Ecuador
- Café de Haba con cebada
- Papas con cuy
- Hervidas

Tradiciones y Celebraciones

MAPA TURÍSTICO DE TUNGURAHUA

Gráfico #24: Mapa de Tungurahua



Fuente: Comité de turismo

CROQUIS DE LA PARROQUIA QUISAPINCHA



Gráfico #25: Croquis de la Parroquia Quisapincha

Fuente: GAD Parroquial de Quisapincha

DATOS GEOGRÁFICOS

La Parroquia San Antonio de Quisapincha, "Paris Chiquito" es la más antigua de la Provincia de Tungurahua, Canton Ambato. La parroquia de Quisapincha se encuentra ubicada al Al Sur Occidente de la provincia de Tungurahua a 12 km de la ciudad de Ambato entre las coordenadas 38°37' y 78° 55' de longitud Oeste y 1° 05' a 1° 20' de latitud Sur.

Tiene una altura de 3.110 m.s.n.m y una temperatura que oscila entre los 12.5 grados centígrados.

Su superficie es de 119.9km, una población de 13.000 habitantes. El idioma hablado es el español y el kichwas.

Limites

Norte: con la provincia de Cotopaxi y la parroquia Ambatillo

Sur: Las parroquias Pasa, San Fernando y el Río Alajua

Este: La ciudad de Ambato

Oeste: La provincia de Cotopaxi

RESEÑA HISTÓRICA

Kisapincha fue una zona de filiación Quito-Pansalea, es el asentamiento más antiguo de Ambato. Los Quisapinchas eran dueños de los terrenos donde hoy se sitúa la ‘Ciudad Jardín del Ecuador’, Ambato. Debido a la gran posesión de tierras los kisapinchas tenían comida suficiente para poder subsistir y eso hacía que fueran más resistentes con respecto a las demás civilizaciones como los salasacas o chibuleos. El terremoto de 1698 destruyó buena parte de la zona centro sur y los colonizadores aprovecharon esta ocasión para expropiar los terrenos a los kisapinchas. La actitud de los colonizadores provocaron “huidas forzosas” de nuestros antecesores desde donde hoy es Ambato hasta donde es Quisapincha en la actualidad. Por el siglo XVII, los kisapinchas toman para sí los terrenos altos y forman allí el poblado, con una primera Iglesia nominada como San Antonio de Quisapincha. En el año de 1732, la prominencia eclesiástica de la parroquia se efectivizó, teniendo como Santo Patrono a San Antonio de Padua.



Gráfico #26: Parroquia Quisapincha
Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)
TOPONIMIA

EL término “QUISAPINCHA”, procede de los vocablos quichuas: “Quimsa” = Tres y “Punlla” = Días; esto quiere decir: “TRES DÍAS”. Tres días es lo que se tardaba para llegar a Quito desde Quisapincha o viceversa. Por este lugar pasó Pedro de Alvarado en el año de 1492 en su camino a la conquista del Reino de Quito, y fue aquí donde acampó con sus acompañantes



Gráfico #27: Kisapinchas
Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

SEÑALÉTICA TURÍSTICA



Gráfico #28:

Señalética turística

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

¿CÓMO LLEGAR?



Gráfico #29: Vía a Quisapincha

Fuente: Google Map

Se encuentra ubicado a 14 km de la ciudad de Ambato (20 min).

Es de fácil accesibilidad ya que se encuentra en una vía de primer orden

- Desde el centro de la ciudad se encuentra a 15 Km tomando la vía a Pinllo
- Desde el Mall de los Andes se encuentra a 22 km tomando la vía a Ficoa
- Desde Izamba se encuentra a 24 Km tomando la vía Atocha
- Desde Quito se encuentra a 151 Km
- Desde Riobamba se encuentra a 67 Km
- Desde el Puyo se encuentra a 116 Km



ATRACTIVOS TURÍSTICOS
QUISAPINCHA



PARQUE PROVINCIAL DE LA FAMILIA

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Latitud: 1°45'14" N

Altitud: 3000 m.s.n.m

Temperatura: 11 a 18 °C

Distancia: 7 Km



Gráfico #30: Parque Provincial de la Familia
Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Se encuentra en el sector Palama

Descripción: Sus 57 hectáreas han sido acondicionadas de tal forma que el visitante se pueda sentir cómodo y seguro disfrutando de la práctica de sus deportes favoritos o deleitándose de la paz que brinda el contacto con la naturaleza; precisamente para esto ha sido dividido en dos zonas de esparcimiento que brindan servicios diferenciados a sus visitantes: Zona activa, Zona pasiva.

¿Qué hacer?: Recreación, Picnic, visita Granja Ecológica, deportes, fotografía, bicicross, caminata, observación de la ciudad de Ambato.

Recomendaciones: Se recomienda llevar agua, gorra de visera, utilizar vestimenta y calzado cómodos, llevar cámara fotográfica.

MIRADOR QUINDIALÓ

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Latitud: 1°15'05" S

Altitud: 2997 m.s.n.m

Temperatura: 12 a 15°C

Distancia: 7 Km



Gráfico #31: Mirador Quindialó

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Se encuentra en la Comunidad de Quindialó Grande

Descripción: Por su privilegiada ubicación se puede observar la ciudad de Ambato con un panorama magnífico así mismo como las montañas, cerros y elevaciones importantes como el Casigana, Llimpes, Niton, Volcan Tungurahua, La Cordillera Real, entre otros.

Flora: En el lugar se puede apreciar diferente especie de flora como: el sigse, los huaycundos, la cabuya, y el eucalipto.

Fauna: Como las mariposas, los guiracchuros, los mirlos, los quindes, los colibríes.

¿Qué Hacer?: Tracking, Apreciar la vista panorámica del cantón y sus alrededores, observación de flora y fauna.

Recomendaciones: ropa abrigada, gafas y gorro para protegerse del sol, visitar en familia o en grupos para mayor seguridad, llevar cámara fotográfica, depositar los desperdicios en los basureros.

RUTA TURÍSTICA DEL CUERO

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Latitud: 1°14'08" S

Altitud: 3020 m.s.n.m

Temperatura: 12 a 15°C

Distancia: 12.5 Km



Gráfico #32: Ruta del Turística Cuero

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Se encuentra a lo largo de la calle a la entrada de Quisapincha. Los fines de semana y feriados se ponen a disposición la feria Artesanal frente a la iglesia Central.

Descripción: Se puede encontrar alrededor de 50 Almacenes que se dedican a la venta de prendas de vestir y artesanías confeccionadas en cuero, denominándose la ruta turística del cuero; es que gracias a esta denominación los confeccionistas se van especializando cada vez más en el corte, costura, acabado y comercialización de sus artículos.

¿Qué comprar? Artículos de cuero de gran calidad, variedad, estilo y bajo costo.

Recomendaciones: llevar dinero en efectivo, utilizar vestimenta y calzado cómodos.

IGLESIA QUISAPINCHA

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia:
Quisapincha

Latitud: 1°13'51" S

Altitud: 3020 m.s.n.m

Temperatura: 12 a
15°C

Distancia: 12.5 Km



Gráfico #33: Iglesia de Quisapincha
Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Se encuentra en el centro de la Parroquia frente a la Plaza Central

Descripción: La iglesia de Quisapincha es declarada Patrimonio Cultural del Ecuador. Su construcción tuvo inicio en el año de 1928 bajo los planos técnicos de interiores del padre Brunning. Es construida en piedra negra tallada, que simboliza la religiosidad de las personas, es otro atractivo para los visitantes. Esta hermosa arquitectura tiene dos juegos de campanas en la torre del lado derecho y en la torre izquierda está un reloj análogo.

¿Qué hacer? Fotografía, observación arquitectónica y de imágenes religiosas.

Recomendaciones: ropa abrigada, llevar cámara fotográfica, depositar los desperdicios en los basureros.

PARQUE CENTRAL DE QUISAPINCHA

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia:
Quisapincha

Latitud: 1°13'55" S

Altitud: 3020 m.s.n.m

Temperatura: 12 a
15°C

Distancia: 12.5 Km



Gráfico #34: Parque Central de Quisapincha
Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Se encuentra ubicado en el centro de la Parroquia

Descripción: Quisapincha tiene en su parte central un parque para la recreación de sus habitantes y turistas, es una pequeña área verde donde se encuentra una variedad de juegos para los más pequeños como por ejemplo columpios, subibajas, escaleras resbaladizas, etc. También consta de bancas para descansar y árboles para protegerse del sol en temporada de verano.

Recomendaciones: llevar balón de indor y básquet, llevar agua y gorra de visera, llevar cámara fotográfica, depositar los desperdicios en los basureros.

GRUTA DE SANTA SUELA

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Latitud: 1°13'56" S

Altitud: 2997 m.s.n.m

Temperatura: 12 a 15°C

Distancia: 2 Km



Gráfico #35: Gruta de Santa Suela

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Se encuentra ubicado en la Loma Chosquete en el trayecto que conduce a Illagua y Calguasig.

Descripción: Esta gruta fue construida en homenaje a la Virgen Del Quinche, comentan que por el año de 1930 un grupo de indígenas que caminaban por dicho lugar observaban la imagen de la virgen. El 21 de Noviembre de cada año se realiza la caminata con la virgen hasta este lugar.

Flora: Se puede observar distintas especies de flora como sigse, chilca, eucalipto entre otros.

Fauna: Entre la fauna se puede encontrar a las lagartijas, pájaros, roedores, borregos, bovinos, caballos, porcinos, gallinas de campo.

Desde este lugar se puede observar el Rio Alajua y una cascada de aproximadamente 40 metros de altura.

¿Qué hacer? Se puede realizar caminatas, fotografías, observación de los cerros aledaños.

Recomendaciones: usar zapatos de trekking, llevar refrigerio y bebida hidratante, llevar cámara fotográfica, usar repelente para insectos.

FORTALEZA PUCARÁ

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Latitud: 1°13'20" S

Altitud: 3330 m.s.n.m

Temperatura: 10 a 14°C

Distancia: 13.5 Km



Gráfico #36: Cruz de Pucará

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2014)

Ubicación: Se ubica en la Comunidad de Pucara Grande a 20 min del Centro de la Parroquia vía a Cachilvana.

Descripción: Años atrás este lugar era considerado por los incas un sitio ceremonial. Actualmente se realizan ceremonias en honor al niño Jesús en donde se celebra la fiesta de los reyes y realizan competencias de estos personajes desde el centro de la Parroquia. El recorrido es por tres recuas la de viejo, mozo y negro los mismos que al terminar el recorrido de la carrera los caporales y reyes son soplados por los panchos mayores, los panchos empiezan a soplar nombrando a los cerros que se encuentran en sus alrededores con la chicha de la cenación y el trago puro este ritual los hacen durante los dos días de fiesta.

Recomendaciones: Llevar cámara fotográfica, ropa abrigada, protector solar, utilizar vestimenta y calzado cómodos.

QUESERÍA AMBAYATA

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Latitud: 1°12'46" S

Altitud: 3330 m.s.n.m

Temperatura: 10 a 14°C

Distancia: 5.7 Km



Gráfico #37:

Quesería Ambayata

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2014)

Ubicación: Se encuentra en la Comunidad Ambayata a 20 min de Pucara grande.

Descripción: Es una fábrica comunitaria que lleva aproximadamente 15 años en funcionamiento, su misma comunidad lo administra, elaboran el queso prensado y su venta para los turistas se encuentra situada a 20 metros de la quesería. El costo es de 1,75 además es distribuido en las tiendas de la Parroquia Quisapincha y en las ciudades de Ambato y Quito:

¿Qué comprar?: La asociación quesería Ambayata ofrece a los turistas productos lácteos como son los quesos, el yogurt, y la cuajada.

Recomendaciones: ropa abrigada, llevar dinero en efectivo, llevar cámara fotográfica.

SIEMBRA AGROECOLÓGICA

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Latitud: 1°12'29" S

Altitud: 3350 m.s.n.m

Temperatura: 10 a 14°C

Distancia: 6 Km



Gráfico #38: Siembra Agroecológica

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Se encuentra en la Comunidad Putugleo a 5 min de Ambayata

Descripción: Es una granja del propietario Eustaquio Tuyupanta, tiene aproximadamente 3 Años de producción, se dedica a la siembra de fresas moras lechugas, tomate riñon, brócoli, coliflor, zanahoria y cebolla, y cuando termine el proceso respectivo prosigue a cultivarlo para luego distribuirlo a diferentes lugares de la Provincia de Tungurahua.

Eustaquio Tuyupanta hace la invitación a los turistas que visiten la granja agroecológica para que disfruten del cultivo de sus productos y puedan llevarlos a precios económicos.

¿Qué hacer? Fotografía, caminata, compra y cosecha de frutas y hortalizas.

Recomendaciones: llevar cámara fotográfica, utilizar vestimenta y calzados cómodos, ropa abrigada, llevar dinero en efectivo.

CERRO FILOCHUPA

Provincia:

Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia:

Quisapincha

Latitud: 1°12'06" S

Altitud: 3350

m.s.n.m

Temperatura: 10 a

14°C

Distancia: 6.8 Km



Gráfico #39: Cerro Filochupa

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Se encuentra A 1 Km de la Comunidad Nueva Tondolique

Descripción: Se lo considera un cerro energético por su ubicación, es un sitio también de reserva de vegetación de paramo y por ende de agua para las comunidades cercanas. Por un costado pasa el rio Gallo Urco.

Flora: Existen especies de flora propias del ecosistema entre las que se destacan Pumamaqui y polilepys.

Fauna: Se puede encontrar gran variedad de Fauna como las lagartijas, los colibrís, los conejos de paramo, los zorros y los lobos de paramo.

¿Qué hacer? Caminata, fotografía, vista panorámica

Recomendaciones: llevar ropa abrigada, agua y gorra de visera, llevar cámara fotográfica, usar zapatos de trekking, visitar en familia o en grupos para mayor seguridad.

COMUNIDAD NUEVA TONDOLIQUE

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Latitud: 1°12'57" N

Altitud: 3.430 m.s.n.m

Temperatura: 8 a 10°C

Distancia: 8 Km



Gráfico #40: Comunidad Nueva Tondolique

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Se encuentra A 20 min de la Parroquia Quisapincha

Descripción: En esta zona las personas a más de la agricultura se dedican al pastoreo de sus ovejas y últimamente se han organizado para manejar el turismo comunitario que llevaran a los visitantes por un antiguo sendero a más de enseñarles sus costumbres y tradiciones ancestrales.

Flora: polilepys, quishuar, pumamaqui, y grandes pajonales.

Fauna: Lobos de paramo, zorros de paramo, conejos de paramo, guarros, colibríes, entre otros.

¿Qué hacer? Fotografía caminata por los senderos, degustación gastronómica, cabalgata, actividades culturales.

Recomendaciones: usar ropa abrigada, llevar cámara fotográfica, agua, gorra con visera, usar zapatos de trekking, llevar dinero en efectivo, contactar a guías Nativos autorizados.

PÁRAMOS DE QUISAPINCHA

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia:
Quisapincha

Latitud: 1°13'36" S

Altitud: 3900 m.s.n.m

Temperatura: 8 a
10°C

Distancia: 20 Km



Gráfico #41: Páramos de Quisapincha

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Se encuentra ubicado a 20 min de la Parroquia Quisapincha

Descripción: Estos paramos están ubicados en la cordillera occidental de los andes 5.400 hectáreas de la Parroquia están rodeadas de paramo esta zona presenta el típico paisaje de montaña de la serranía ecuatoriana y alberga una biodiversidad significativa en este lugar se puede encontrar gran cantidad de pajonal y la ganadería brava.

¿Qué hacer? Paseos en caballo, caminatas, vistas panorámicas a otros cerros y comunidades aledañas.

Recomendaciones: usar ropa abrigada, llevar cámara fotográfica, agua, gorra con visera, usar zapatos de trekking, llevar dinero en efectivo, llevar ropa impermeable.

MIRADOR PUCARÁ LOMA

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Latitud: 1°12'02" S

Altitud: 3.420 m.s.n.m

Temperatura: 8 a 10°C

Distancia: 7.7 Km



Gráfico #42: Mirador Pucará loma

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Esta ubicada al norte de la comunidad Nueva Tondolique dentro del sendero Taita Kishwarpacñan

Descripción: Desde este mirador es posible apreciar Cerros como el Gallo Urco y el Pilisurco y algunas comunidades como Nueva Tondolique y Galpón. Lo más significativo de este lugar es la vista importante de un bosque nativo cargado de vegetación propia del páramo.

Flora: se puede encontrar gran variedad de flora como la chuquiragua, las almohadillas, los mortiños, polilepys y pumamaqui.

Fauna: podemos encontrar desde conejos, lobos de paramo, ranas, así mismo gran variedad de aves como las golondrinas, tórtolas, mirlos, quililicos, águilas, entre otros.

¿Qué hacer? Caminatas guiadas, Paseos en caballo, vistas panorámicas a otros cerros y comunidades aledañas.

Recomendaciones: usar ropa abrigada, llevar cámara fotográfica, agua, gorra con visera, usar zapatos de trekking, llevar ropa impermeable, llevar dinero en efectivo, contactar a guías Nativos autorizados.

ZONA YANARUMIPUNGO

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Latitud: 1°11'56" S

Altitud: 3.400 m.s.n.m

Temperatura: 8 a 10°C

Distancia: 7.7 Km



Gráfico #43: Zona Yanarumipungo

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Esta ubicada en la comunidad Nueva Tondolique dentro del sendero Taita Kishwarpacñan

Descripción: Antiguamente esta ruta la utilizaban los contrabandistas para pasar ilegalmente el licor evitando el pago del impuesto lo traficaban desde el Corazón hasta Quisapincha.

Flora: Se puede encontrar especies de flora como los polilepys, la chuquiragua, las almohadillas, los mortiños, y pumamaqui.

Fauna: En este trayecto se puede observar aves de distintas especies como colibríes, jilgueros, mirlos y tórtolas, Así mismo mamíferos como los conejos, lobos de paramo y zorros.

¿Qué hacer? Caminatas guiadas por senderos, Paseos en caballo, avistamiento de aves.

Recomendaciones: usar ropa abrigada, llevar cámara fotográfica, agua, gorra con visera y binoculares, usar zapatos de trekking, llevar ropa impermeable, llevar dinero en efectivo, contactar a guías Nativos autorizados.

BOSQUE CENTENARIO

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Latitud: 1°11'42" S

Altitud: 3.350 m.s.n.m

Temperatura: 8 a 10°C

Distancia: 7.7 Km



Gráfico #44: Bosque Centenario

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Esta ubicada al norte de la comunidad Nueva Tondolique

Descripción: Dentro del bosque se puede apreciar arboles de gran tamaño como el Puma maqui que en kichua significa “mano de puma” debido a la forma de sus hojas, siendo una especie típica de los bosques andinos del Ecuador. Durante su trayecto podemos admirar el bosque alto andino, que guarda gran importancia debido a que recibe agua de la neblina y el viento. Este lugar se caracteriza por poseer arboles de gran tamaño y por su antigüedad.

Flora: almohadillas, chuquiragua, achupallas, mortiños.

Fauna: En este trayecto se puede observar aves de distintas especies como colibríes, jilgueros, mirlos y tórtolas, Así mismo mamíferos como los conejos, lobos de paramo y zorros.

¿Qué hacer? Caminatas guiadas por senderos, ecoturismo, observación de flora y fauna.

Recomendaciones: usar ropa abrigada, llevar cámara fotográfica, agua, gorra con visera y binoculares, usar zapatos de trekking, llevar ropa impermeable, llevar dinero en efectivo, contactar a guías Nativos autorizados.

MIRADOR TAURILOMACHUPA

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Latitud: 1°11'38" S

Altitud: 3.450 m.s.n.m

Temperatura: 8 a 10°C

Distancia: 7.7 Km



Gráfico #45: Mirador Taurilomachupa

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Esta ubicada en la comunidad Nueva Tondolique

Descripción: Desde este mirador podemos observar Cerros como el Pillisurco y el Casahuala; en días despejados es posible apreciar la comunidad de Galpón.

En este lugar se puede encontrar vegetación propia del páramo, en su mayoría sigse y pajonales, siendo una zona apta para la fotografía,

Flora: almohadillas, chuquiragua, achupallas, mortiños, polylepis

Fauna: En este trayecto se puede observar aves de distintas especies como colibríes, jilgueros, mirlos y tórtolas, Así mismo mamíferos como los conejos, lobos de paramo y zorros.

¿Qué hacer? Caminatas guiadas por senderos, ecoturismo, observación de flora y fauna, caminata y paseos a caballo, fotografía, vista panorámica a otros cerros y comunidades aledañas.

Recomendaciones: usar ropa abrigada, llevar cámara fotográfica, agua, gorra con visera y binoculares, usar zapatos de trekking, llevar ropa impermeable, llevar dinero en efectivo, contactar a guías Nativos autorizados.

MIRADOR CONDORMATZI

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Latitud: 1°12'19" S

Altitud: 3.560 m.s.n.m

Temperatura: 8 a 10°C

Distancia: 7.7 Km



Gráfico #46: Mirador Condormatzi

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Esta ubicada al norte de la comunidad Nueva Tondolique

Descripción: Sus habitantes cuentan que en este lugar habitaba el cóndor andino es por eso el nombre del Mirador porque en kichua Condormatzi significa “peña del cóndor”.

En esta zona podemos encontrar vegetación propia del páramo porque capta y suministra agua para las zonas bajas.

Flora: Se puede encontrar especies de flora como: polilepys, quishuar, pumamaqui, zapatito, alas de cóndor.

Fauna: Lobos de paramo, zorros de paramo, conejos de paramo, guarros, colibríes, gorriones, entre otros.

¿Qué hacer? Fotografía, caminata, vista panorámica,

Recomendaciones: usar ropa abrigada, llevar cámara fotográfica, agua, gorra con visera, usar zapatos de trekking.

CHORRERA TAURILOMA

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Latitud: 1°11'35" S

Altitud: 3.440 m.s.n.m

Temperatura: 8 a 10°C

Distancia: 7.7 Km



Gráfico #47: Chorrera Tauriloma

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Esta ubicada al norte de la comunidad Nueva Tondolique

Descripción: Sus aguas nacen de las estribaciones del Cerro Casahuala, la mayor parte de vegetación de los espacios adyacentes a la chorrera se encuentra alterada por la siembra de pasturas para ganado sin embargo su vegetación aún se encuentra en condiciones aceptadas ya que la comunidad preserva la flora con la finalidad de que no se pierda su potencial turístico, la chorrera presenta un caudal constante no muy abundante.

Flora: Se puede observar gran variedad de flora como: almohadillas, chuquiragua, achupallas, mortiños, sigse.

Fauna: En este trayecto se puede observar aves de distintas especies como colibríes, jilgueros, mirlos y tórtolas, Así mismo mamíferos como los conejos, lobos de paramo y zorros.

¿Qué hacer? Fotografía, ecoturismo, observación de flora y fauna, caminata y paseos a caballo, fotografía,.

Recomendaciones: usar ropa abrigada, llevar cámara fotográfica, agua, gorra con visera y binoculares, usar zapatos de trekking, llevar ropa impermeable, llevar refrigerio y bebida hidratante.

MIRADOR DE YARACTAMILOMA

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Quisapincha

Latitud: 1°12'21" S

Altitud: 3.800 m.s.n.m

Temperatura: 8 a 10°C

Distancia: 8 Km



Gráfico #48: Mirador de Yaractamiloma

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Esta ubicada al norte de la comunidad Illagua Chico

Descripción: Desde este mirador se puede observar diferentes elevaciones como el Volcán Cotopaxi, Chimborazo, Carihuairazo, Altar, y Tungurahua.

Flora: El lugar está cubierto de pajonales y de plantas captadoras de agua como almohadillas, romerillo, y genciana; todo esto se puede apreciar gracias a su estratégica posición geográfica

Fauna: En este trayecto se puede observar aves de distintas especies como colibríes, jilgueros, mirlos y tórtolas, Así mismo mamíferos como los conejos, lobos de paramo y zorros.

¿Qué hacer? Caminatas guiadas por senderos, ecoturismo, observación de flora y fauna, caminata y paseos a caballo, fotografía, vista panorámica a otros cerros y comunidades aledañas.

Recomendaciones: usar ropa abrigada, llevar cámara fotográfica, agua, gorra con visera y binoculares, usar zapatos de trekking, llevar ropa impermeable, llevar, contactar a guías Nativos autorizados.

CERRO CASAHUALA

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia:
Quisapincha

Latitud: 1°9'53" S

Altitud: 3.967 m.s.n.m

Temperatura: 6 a 10°C

Distancia: 12 Km



Gráfico #49: Mirador de Yractamiloma

Fuente: BALLESTEROS, Myrian (2016)

Ubicación: Esta ubicado en la Comunidad Tilivi

Descripción: El Cerro Casahuala es el rey de los cerros Encantados, cuentan las personas que este cerro es muy bravo y que se convierte en personas pero solo a los elegidos que son reveladas en un sueño.

Flora: Está rodeado por un jardín con lirios acuáticos y orquídeas hermosas y en su corazón una fortuna de oro y plata.

Fauna: En este trayecto se puede observar aves de distintas especies como colibríes, jilgueros, mirlos y tórtolas, Así mismo mamíferos como los conejos, lobos de paramo y zorros.

¿Qué hacer? Caminatas guiadas por senderos, ecoturismo, observación de flora y fauna, caminata y paseos a caballo, fotografía, vista a la represa Mula Corral.

Recomendaciones: usar ropa abrigada, llevar cámara fotográfica, agua, gorra con visera y binoculares, usar zapatos de trekking, llevar ropa impermeable, llevar refrigerio y bebida hidratante.

RUTAS TURÍSTICAS

RUTA TURÍSTICA DEL CUERO Y VISITA RELIGIOSA

Gráfico #50: Ruta Turística del Cuero



Fuente: VILLOTA, Isabel (2012)

SENDERO ALAJUAÑAN “Camino del Río”



Gráfico #51: Ruta Turística del Cuero
Fuente: ALVAREZ, Daniela (2012)

RUTA DE NATURALEZA

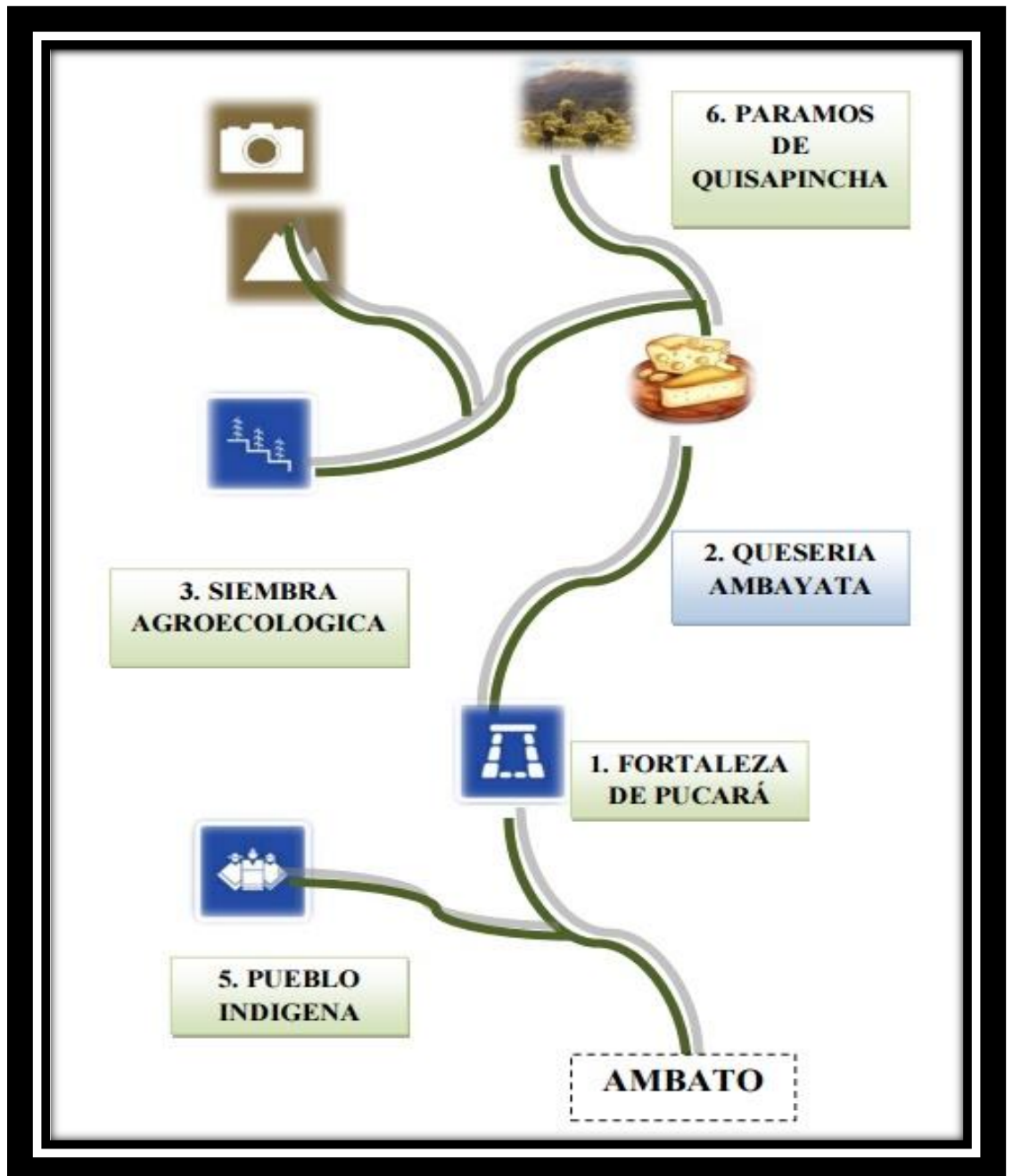


Gráfico #52: Ruta ecoturística
Fuente: VILLOTA, Isabel (2012)

SENDERO TAITA KISHWARPACÑAN



Gráfico #53: Ruta Turística del Cuero

Fuente: VILLOTA, Isabel (2012)





GASTRONOMÍA QUISAPINCHA



En la parroquia Quisapicha el turista encontrara una gran variedad de platos Exquisitos y tradicionales del Ecuador, entre ellos se destacan:

- Cuy asado con papas
- Cado de Gallina Criolla
- Yaguarlocro



- Pollo a la plancha con verduras
- Rinaucho
- Yanayacu mix
- Polla ronca
- Fritada
- Tamales
- Tortillas
- Colada morada
- Morocho
- Jugos naturales



Gráfico #54: Gastronomía Quisapincha
Fuente: BALLESTEROS, Myrian, (2014)

Todos estos platos se los puede encontrar en la plaza central y en los diferentes puestos de venta de comida y en el ahora llamado la asociación de. Los precios son cómodos lo que permite poder degustar de cada uno de ellos.



Quisapincha fue reconocida por “SABOR ECUADOR” rescatando la gastronomía ecuatoriana entre las cuales las más destacadas fueron el café de haba y cebada natural, las papas con cuy, las hervidas.

CAFÉ DE HABA Y CEBADA NATURAL

Es una bebida innovadora de la Parroquia Quisapincha, en una taza se sirve el café caliente acompañado con humitas.



Gráfico #55: Café de haba y cebada natural
Fuente: Sabor Ecuador (2014)

PAPAS CON CUY ASADO

Es un plato tradicional de Quisapincha, se sirve en una bandeja grande con papas, lechuga, salsa de maní y no debe faltar el delicioso ají hecho en piedra.



Gráfico #56: Papas con cuy
Fuente: Sabor Ecuador (2014)

HERVIDAS

Las hervidas es el plato tradicional de la Parroquia Quisapincha especialmente de las Comunidades o las zonas Altas

Las hervidas están compuestas por melloco, ocas, papas, habas, choclos y queso o mapa huirá, este plato se degustaba en las mingas de las Comunidades.

Las personas acostumbraban a llevar diferentes tipos de alimentos para no pasar hambre y a la hora del almuerzo hacían una mesa general con todos lo que llevaban cada uno de ellos. Actualmente solo pocas personas acostumbran a llevar el llamado mata hambre o jama.

Lo podemos encontrar en el recorrido a las comunidades ya que las esposas de los guías nativos de las comunidades preparan con sus hábiles manos.



Gráfico #57: Hervidas

Fuente: Sabor Ecuador (2014)

TRADICIONES Y CELEBRACIONES

Durante todo el Año Quisapincha celebra varias festividades las mismas que serán mencionadas a continuación:

- 24 de Diciembre a Enero: Fiesta del niño Dios/ Caporales

- Febrero: Carnaval
- Marzo- Abril: Semana Santa
- Mayo, Junio: octava de Corpus Cristi
- Junio: Fiesta de San Antonio de Padua
- Junio: Priostes de las fiestas taurinas en honor a San Antonio de Padua
- Octubre: Pasa fiesta (Romería a la Parroquia Pasa)
- Noviembre: Finados
- 20, 21 de Noviembre: Fiesta de la Virgen del Quinche

FIESTA DE LOS CAPORALES

Esta celebración se realiza en honor al nacimiento del niño Jesús, el cual se celebra desde el 24 de diciembre hasta enero en distintas comunidades de la Parroquia pero la



fiesta más grande es en el centro de Quisapincha que se celebra el 31 de Diciembre y el Primero de Enero.

En esta fiesta se realiza diferentes actividades involucrando a los personajes representativos como son los Caporales, los Reyes Magos, Los Panchos, bocineros y los compadres de la fiesta.

El primer día los priostes realizan las visitas a los reyes de la recua respectiva y en la tarde hacen la pasada del niño y seguidamente ir a la llamada cenación a las 4 de la tarde realizan la carrera de caballos pero solo las caporales, en Pucará los panchos esperan ansiosos a los caporales para ayudarles a culminar el recorrido, ya en el lugar los panchos soplan la cenación (aloja con trago puro, tabaco, canela molida y claveles) a los caporales y acompañantes, realizan juegos y se dirigen a Pucara Chico y por ultimo realizan la visita en el Belén situado en el Centro de la Parroquia.

El segundo día empieza desde muy temprano porque el recorrido es muy largo, tanto caporales como acompañantes realizan la procesión al finalizar tanto reyes como caporales se dirigen al punto de partida, desde el cerro pucara hacen una señal para que salgan primero los caporales y seguidamente los reyes y hacen el mismo proceso del día anterior y por la tarde se dirigen hacia la Plaza central a la loada de los reyes.



Gráfico #58: Gastronomía Quisapincha
Fuente: BALLESTEROS, Myrian,

(2014)

SEMANA SANTA

La semana santa es la semana más intensa del año litúrgico, en la cual se reza y reflexiona sobre la Pasión y Muerte de Cristo, esta semana comienza con el domingo de ramos y termina con el domingo de pascua.

En Quisapincha cada familia tiene su costumbre, por ejemplo en las comunidades dos días antes cosechan los productos que la madre tierra

nos brinda y la mayoría lo consumen con atún o sardina dependiendo la economía de cada familia.

Gastronomía:

- La tradicional Fanesca
- Dulce de Higo



Gráfico #59: Semana Santa

Fuente: CAIZA, Rodrigo, (2016)

FIESTA DE OCTAVAS DE CORPUES CRISTI

Constituye uno de los referentes de la identidad ecuatoriana, producto de la expresión alegre de la danza aborígen y las demostraciones ceremoniales de actos religiosos impuestos por la cultura occidental, que nuestros antepasados hacían en agradecimiento al Sol y a la madre Tierra, por los frutos recogidos a mitad de año”.

Esta celebración, que año a año convoca a miles de turistas nacionales y extranjeros, inicia con las vísperas, que consiste en una ceremonia religiosa; continúa con la quema de la chamiza y de una gran cantidad de juegos pirotécnicos y luces multicolores, que brindan al público un espectáculo maravilloso y cierra con el desfile de comparsas.

Gastronomía

- papas con cuy
- gallina
- chicha de Jora
- las guabas, los pasteles, y algunas frutas.



Gráfico #60: Gastronomía Quisapincha

Fuente: BALLESTEROS, Myrian, (2015)

FIESTAS EN HONOR A SAN ANTONIO DE PADUA

Esta celebración religiosa en honor a San Antonio coincidiendo con las fiestas del Inti Raymi se realizan corridas de toros, existen priostes, diputados, disfrazados, con la conformación del pueblo de Quisapincha se realiza el Inti Raymi como agradecimiento al Dios Sol y la madre tierra, (ALLPA MAMA), por las cosechas recibidas”.



Gráfico #61: Gastronomía Quisapincha
Fuente: BALLESTEROS, Myrian, (2014)
**FIESTA DEL 21 DE NOVIEMBRE EN HONOR A LA SANTISIMA
 VIRGEN DEL QUINCHE**

En todas la noches desde el 13 hasta el 19 cada barrio del centro parroquial realiza novenas a la virgen del Quinche en el templo parroquial y desde aquí parten hacia la plaza alterna de la parroquia donde se



hacen chamarasca y la repartición de canelas.

El día 20 se realiza una concentración en cada uno de los domicilios de los priostes de la fiesta de la virgen del Quinche, los mismos que salen hacia un lugar llamado San Pedro ubicado a la entrada de la parroquia donde se realiza un desfile el cual trae consigo danzas folklóricas bandas de músicas y juegos pirotécnicos.

La finalización de este desfile es en la plaza central donde luego se realiza la repartición de la denominada chicha aloja por parte de cada uno de los priostes.

Al día siguiente es la misa solemne en honor a la santísima virgen del quinche y por último la procesión por las calles de la Parroquia.



Gráfico #62: Gastronomía Quisapincha
Fuente: BALLESTEROS, Myrian,

(2014)

BIBLIOGRAFÍA

1989, F., 1988, J., 1990, B., 2001, S., & 2015), D. y. (2015). *Preservación del patrimonio cultural para el desarrollo turístico. turydes.*

ABC, d. (2007/2015).

Acerenza. (2002). *Marketing de Destinos Turisticos.* MEXICO : PRIMERA.

Ahúes. (2004). *el imperativo en la sostenibilidad en el turismo del siglo xxi*. barcelona: julio 2004

Arteaga, C. (2008). *repositorio UTE*. Obtenido de plan de desarrollo turístico en la parroquia Quisapincha: <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/1500>

Beckham. (2011). *Plan de Marketing Turístico*. Palermo S.A.

Beckham. (2011). *Plan de Marketing Turístico*. MEXICO: EDIT. PALERMO.

Cardenas. (2008). *Producto Turístico, Aplicación de la Estadística*. mexico: 2da Edición.

CEPAL, C. E. (1995). *el desarrollo economico*. Mexico.

Cornella, A. (2002). *ley de la termodinamica informacional*. Mexico: v. 13, n. 6, noviembre-diciembre 2004.

Dahda. (1992). *Servicios Turísticos*.

Ecuador, C. P. (8 de Septiembre de 2008). *cansilleria.gov.ec*. Obtenido de http://cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/06/constitucion_2008.pdf

Ecuador, C. P. (2008). *constitucion* .

Ejarque, T. (2005). *Publicidad y tipos de promocion turistica* . Mexico.

Fesenmaier, D. R., & Vogt, C. ..-5. (1993). (1993) "Investigating the influence of welcome centre information on travel behaviour" *Journal of Travel Research* 31 . 3.

Freires. (2011). *Desarrollo de la Actividad Turística*. MEXICO.

Graw-Hill, B. U.-E. (2006).

Gutsztat, B. &. (1992).

Hirt, F. y. (2008).

<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=35836524>. (s.f.).

Obtenido de

<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=35836524>

<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12867/1/FCHE-THP-208.pdf>.

(s.f.).

Obtenido

de

<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12867/1/FCHE-THP-208.pdf>

- <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12867/1/FCHE-THP-208.pdf>.
(s.f.). Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12867/1/FCHE-THP-208.pdf>
- <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/12399/1/FCHE-THP-207.pdf>. (s.f.). Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/12399/1/FCHE-THP-207.pdf>
- Icomos. (2006). *Carta del turismo cultural* .
- Izard, O. M. (1999). *Visión estratégica de las organizaciones virtuales*. dianet, 73.
- Kazmier. (1998). *estadística aplicada a la administración y economía*. México .
- Ley de Turismo. (27 de Diciembre de 2002). *turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/reglamento-general-ley-turismo.pdf>
- Ley Organica de Regulacion y Control del Poder, M. (07 de Mayo de 2012). *SCPM.gov.ec*. Obtenido de <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/REGLAMENTO-A-LA-LEY-ORG%20nica-de-regulaci%20n-y-control-del-poder-de-mercado.pdf>
- Makes, B. &. (2008). *La promoción turística*.
- Makes, J. C., Bowen, J., & Kotler, P. (2008). *marketing para turismo* . España : Pearson Prentice Hall.
- María M. Aguilera Díaz, C. B. (2006). TURISMO Y DESARROLLO. *econpapers*, 3.
- Middleton. (2001). *marketing in travel and tourism*.
- Mintzbert. (2007). *Triología Turística*. Capuccino S.A.
- Muñoz, F. (2004). *Autopsia del Turismo*.
- Navarrete, H. (2013). *repositorio UTA*. Obtenido de http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5199/1/Tth_2013_133.pdf
- Nogueira & Zwarg. (2008). *Marketing de Servicios, Conceptos y ESTRATEGIAS* . MEXICO : McGraw-Hill,.
- Parrino. (2013). *Centros de información* .
- Parthenopoulou. (2004).

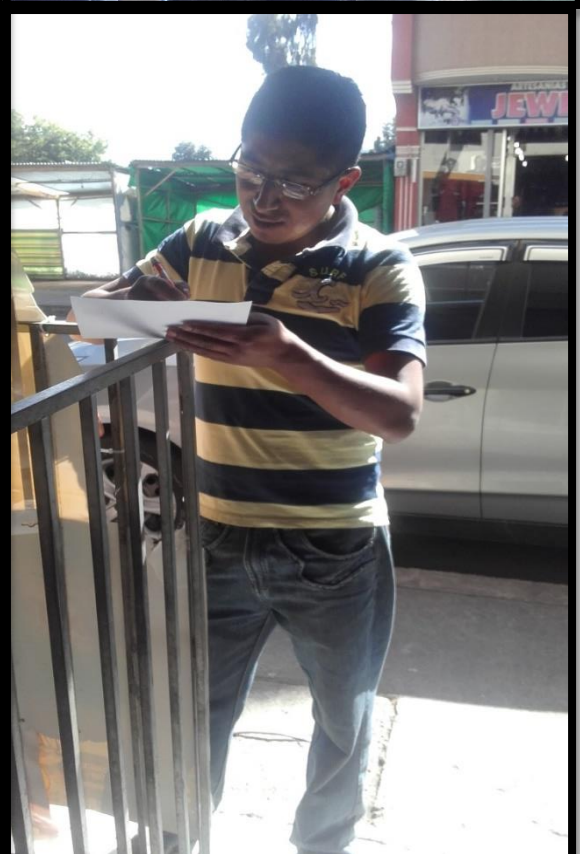
- Pearce. (1991). Servicios Turísticos. *Scielo*, 7-15.
- Porter. (2004). *estrategias promocionales*. Mexico: Macgregw.Hill.
- Porter. (2009). *Estrategias competitivas tecnicas para sectores industriales* .
- Ricaute, V. (2009). *Diseño Arquitectonico de un centro de informacion de la cultura de salasaca, Canton Pelileo Provincia de tungurahua. ambato*.
- Rodríguez, M. (2008). *Característica de la Oferta y Demanda Turística*.
- Sampieri, R. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: mcGRAW-HILL.
- Soriano, R. (2009). *Metodologia*.
- Tabares, C. (2008). *Producto Turístico, Aplicación de la Estadística*. mexico.
- Valles, D. M. (1999). Las Tecnologías de la Informacion . *Estudios Turísticos* , 4.
- Vilacampa. (2002). *Promoción Turística*. Chile: edit. Chile, Vallen S.A.,
- www.turismo.gob.ec* . (s.f.). Recuperado el 2015, de *www.turismo.gob.ec*

ANEXOS

Recorrido por los atractivos turísticos de la Parroquia Quisapincha



Encuestas realizadas a los turistas que arriban a la Parroquia Quisapincha



Encuestas realizadas a los Artesanos de la Parroquia Quisapinc



CAPÍTULO VII

ARTÍCULO ACADÈMICO

RECURSOS NATURALES EN LA PARROQUIA QUISAPINCHA Y SU IMPACTO EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

Ballesteros Pérez Myriam Gricelda
Gaviño Ortiz Noemy Hortencia

Mimi.anahi.207@gmail.com

Octubre 2015- Marzo 2016

RESUMEN: La promoción es un elemento integrador en el proceso de las comunicaciones integradas al marketing y según la definición de Kotler (1999), la promoción se entiende como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición.

Para el presente estudio se utilizó el enfoque mixto de tipo documental, bibliográfico y de campo, desarrollando métodos teóricos y aplicando las encuestas a los visitantes que arriban a Quisapincha. Los resultados obtenidos evidencian la necesidad para promocionar los recursos turísticos y nutrir de información al visitante así como la importancia en cuanto a la elaboración de un material informativo como vía para canalizar las demandas del turista y por ende fundamental para el desarrollo del turismo. Así mismo, permitirá informar de manera adecuada al visitante, el mismo que podrá gozar de información clara y precisa ya que está previsto conservar información de sus atractivos turísticos más eminentes.

Palabras claves: Promoción, información, recursos, desarrollo, turismo.

ABSTRACT:

The promotion is an integrator element in the process of the integrated communication to the marketing and according to Kotler (1999) the promotion is defined as activities that communicate the product attributes and persuade to the acquisition of the customers.

In the present study the mixed approach was applied as documental, bibliographic, and in the study field developing theoretical methods and applying survey to the visitors who come from Quisapincha. The results show the evidence of the necessity to promote the touristic resources and nurture of information to the visitors and the importance regarding the elaboration of informative material as a way to canalize the requirements of the tourist that would be fundamental for the touristic development. Likewise, it will allow to inform in an adequate way to the visitor, who can enjoy from precise and adequate information because of the most eminent attractive of the place.

Key words: promotion, information, resources, development, tourism.

INTRODUCCIÓN:

El turismo es un eje importante para dinamizar la economía, mediante el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales de un sector, ya que a través de las actividades turísticas, se puede gozar de un progreso económico y a su vez se conseguirá mejorar la calidad de vida de los habitantes. (Benavides, 2011, pág. 5).

Actualmente el sector turístico está experimentando cambios estructurales importantes, por ello la sostenibilidad en los Atractivos naturales y su impacto en la promoción turística se ha convertido en un aspecto ineludible para la gestión turística actual, debido a que los nuevos destinos son el escenario perfecto para su desarrollo por su naturaleza turística menos explorada, mismas que responden a una demanda que busca experiencias distintas al visitar lugares que no son tan concurridos pero que a su vez posean una belleza que cautive al visitante. (Delgado, 2012, pág. 8).

El desarrollo turístico de Quisapincha ha avanzado vertiginosamente en el período 2014-2015, lo que ha beneficiado positivamente a la población dedicada permanentemente a la actividad del turismo desarrollando nuevos productos y servicios, concentrándose en satisfacer las necesidades de los turistas que visitan el sector.

El turista de hoy necesita más información. (Middleton, 2001, pág. 72), por ello hoy en día la información turística es una herramienta de marketing que puede derivar en ventaja competitiva de un destino (Parthenopoulou, 2004, págs. 82-94). Y al mismo tiempo crear las condiciones adecuadas para que las personas encargadas planifiquen el desarrollo turístico futuro. Es por ello que a través de la información turística y mediante la promoción del mismo nos permite brindar información de los recursos turísticos de un lugar al cual se desea visitar, con la finalidad de promover flujos de personas hacia dicho sector (Nuñez, 2015, pág. 45).

Los productos turísticos articulan los recursos naturales para la promoción turística de un lugar, con el fin de vender una experiencia agradable al consumidor, por ello es necesaria la incorporación de criterios de sostenibilidad para aplicar de una manera adecuada la conservación de los recursos para su uso continuo en un futuro, de modo que no cause problemas ambientales a los atractivos naturales que se encuentran rodeados en el sector, y pueda aportar al mejoramiento de la calidad ambiental para que se mantenga o mejore, con la finalidad de satisfacer las expectativas de los visitantes y a su vez promocionar a la parroquia Quisapincha como un destino importante dentro del cantón Ambato.

En base a lo descrito anteriormente, se identificó como eje problemático la escasa información turística en la Parroquia Quisapincha, teniendo como antecedentes, la atracción que pueden generar los recursos naturales en los visitantes, Siendo una estrategia de promoción para rentabilizar el destino, y fomentar la innovación y la unificación de los actores de la localidad por medio de un producto turístico integrado para que logre ser competitivo en el mercado. Además se pretende identificar el potencial que se podría generar por medio del turismo, para que se convierta en una actividad importante para el desarrollo de la Parroquia Quisapincha, por sus características integradoras con otras ramas de la economía.

Turismo

“El turismo más que ningún otro sector económico debe alcanzar el equilibrio entre objetivos económicos, sociales y medioambientales expresado en el concepto de turismo sostenible” (Ahúes, 2004, pág. 3).

El turismo es un factor importante para el crecimiento socioeconómico de un país, debido a la diversidad de actividades que favorecen a la entrada de bonanzas económicas, es una actividad que favorece a generar un crecimiento económico amplio, que genera a su vez alternativas de empleos diversificados, el turismo es una acción que se ha desarrollado a grandes pasos, siendo una industria con las tasas de crecimiento más

elevadas a escala mundial, por sus características es considerada la industria del futuro de los países en vía de desarrollo, aprovechando al máximo los recursos naturales de una manera adecuada para su uso continuo. (Bermudez, 2012, pág. 1).

Para el correcto desarrollo de esta importante industria es necesario ofrecer un turismo de calidad, para ello se necesita de un adecuado uso de los recursos naturales, es fundamental proteger el medio ambiente para así presentar un producto turístico de calidad, debido a que si la utilización del medio ambiente no se realiza de una manera correcta y de forma racional, se puede dañar y a su vez repercute en el desarrollo de la economía local, además un aprovechamiento inteligente de los recursos es fundamental para el desarrollo regional de las actividades turísticas (Cruz, 2015, pág. 5).

Recursos naturales

Los recursos naturales representan, fuentes de riqueza para la explotación económica, la mejor utilización de un recurso natural depende del conocimiento que el hombre tenga al respecto, y de las leyes que rigen la conservación de ellos. (Fuller, 2007, pág. 8)

Los recursos naturales se refieren a los factores de producción proporcionados por la naturaleza sin modificación previa realizada por el hombre. El uso de cualquier recurso natural acarrea dos conceptos a tener en cuenta: resistencia, que debe vencerse para lograr la explotación, e interdependencia (Fred, 2008, pág. 478)

Se evidencia que el recurso natural representa todo lo que genera riqueza o un bien para el ser humano, mismo que puede impulsar, desarrollar y utilizar estos recursos para de esta manera generar una facilidad y una ayuda pero utilizándolo sustentable y racionalmente.

Análisis y evaluación de los recursos naturales

La evaluación centra su atención en los recursos naturales y sus atributos como atractivo turístico, para ello se efectúa un análisis de los recursos más allá de las categorías de atractivo, accesibilidad, para ello se consideró el grado de fortalecimiento entre el turismo y la recreación a través de mantener el potencial ambiental, la utilización de un espacio natural para la realización de las actividades turísticas se la realiza en función de las características geofísicas que adoptan valores para el uso y consumo, es por ello que estos criterios hacen relación a los aspectos principales de las características naturales de los recursos. (Bertoni, 2006, pág. 5).

Promoción turística

Para hablar de promoción en general, es preciso mencionar el concepto de Comunicación de Marketing Integrado (IMC), el cual se ha establecido en la literatura de marketing como una parte integral de la estrategia de marca. El IMC es un proceso en el que las comunicaciones de marketing se gestionan de una manera holística para lograr objetivos estratégicos (Kitchen et al., 2004) citado por Dinnie et al. (2010). De acuerdo con este aporte, se tiene entonces que la promoción es un elemento integrador en el proceso de las comunicaciones integradas del marketing y según la definición de Kotler (1999), la promoción se entiende como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición. Mientras tanto Middleton (2001: 90) afirma que son “todas las formas que se utilizan para hacer que los clientes se den cuenta de los productos, que agudizan sus deseos y estimulen la demanda”. En cuanto a la promoción de destino, se define como "el uso consciente de la publicidad y el marketing para comunicar imágenes selectivas de las localidades o zonas geográficas específicas para un público objetivo" (Hopkins, 1998: 66, citado por Giles et al. (2013). En este mismo sentido, Ejarque (2005: 231) define la promoción de un destino como “comunicar a los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas; en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino, visitarlo”.

Las técnicas tradicionales de promoción turística

En la industria turística es común que se hable de promoción y publicidad de una forma indiscriminada, lo que evidencia una confusión entre estos dos conceptos. Si bien hacen parte de las Comunicaciones de Marketing Integrado sus finalidades son diferentes.

Ejarque (2005) explica que la promoción se apoya en las técnicas de publicidad para estimular a los prospectos turistas mediante el ofrecimiento de valores e incentivos del producto turístico con el fin de lograr una compra. Es en este sentido como estos dos conceptos se interrelacionan para entregar un mensaje unificado. (Ejarque, 2005, pág. 78)

Es preciso comentar que la publicidad es una herramienta tradicional de la promoción y que esta puede ser un medio para educar a los turistas antes de su desplazamiento al sitio. En otras palabras, permite informar sobre los comportamientos adecuados de los turistas en los destinos turísticos a través del uso de imágenes y consignas que hacen hincapié en la importancia cultural, espiritual y de conservación de un lugar, además permite promover los valores y comportamientos que favorecen los intereses durante la creación de expectativas realistas para los visitantes, y por lo tanto dar lugar a viajes más satisfactorios (Ely, 2013).

Finalmente, de acuerdo Grace & O'Cass (2005) citado por Daye (2010), la publicidad de los servicios turísticos a diferencia de la promoción turística se centra más en lo funcional y en un enfoque informativo que tiende a reducir la incertidumbre por parte del consumidor hacia un destino en particular, además de aumentar la probabilidad en la intención del viaje.

La información turística

La información en si se diferencia de las reseñas que son útiles para la sociedad. De cierta forma mediante un dato se puede crear aún más información la cual da la facilidad de tomar decisiones con más rapidez.

Centeno (2011) menciona que:

La información turística no es diferente de cualquier otra información, solo se distingue por su utilidad en el entorno de la actividad turística. Así podemos considerar información turística tanto la información de la oferta turística de un destino y de sus precios como aquella que nos explica las tendencias de la demanda (Centeno D. &, 2011, págs. 35-37).

Como toda información, la turística también conduce al mismo hilo conductor que son el emisor es decir la persona que emite la información por ejemplo una persona que se encuentra trabajando en una agencia de viajes la misma que ofrece a los turistas sus paquetes y promociones, el receptor es la persona que recibe la información eh aquí la parte importante porque en este caso es el turista que tomará la decisión y responderá ya sea de manera afirmativa o negativa según como aceptó la información recibida y el canal siendo el medio por el cual se recibe la información es decir en el caso de las agencias de viajes promocionaran sus viajes mediante vía web o trípticos.

La información visual

La información visual y su capacidad para proporcionar una experiencia indirecta de los servicios turísticos se consideran eficaces para influir en la imagen de un lugar. Por lo tanto, las atracciones del destino pueden ser transportados a través de la utilización de señales visuales para las personas que no han viajado antes al lugar (Tasci & Gartner, 2007). El uso

de fotografías en el material promocional del turismo favorece la comparación entre diferentes destinos y asociaciones entre las imágenes y ciertas experiencias que se obtengan durante la visita (MacKay & Fesenmaier, 1997). En particular, la importancia de los folletos turísticos (Molina, Gómez & Martín-Consuegra, 2010; Pinto et al., 2009.) El material relacionado con la promoción audiovisual se incluye en la literatura como la transmisión de la imagen de un lugar o de influir en su formación.

Las imágenes utilizadas con fines promocionales son herramientas que afectan a la construcción mental positiva de un destino turístico (Garrod, 2008) y que pueden desempeñar un papel decisivo en el proceso de toma de decisiones referente al turismo.

La información como actividad de naturaleza turística

El turismo más que ningún otro sector económico debe alcanzar el equilibrio entre objetivos económicos, sociales y medioambientales expresado en el concepto de turismo sostenible. Como expresara (Ahúes, 2004, pág. 9). El turismo se construye gracias a la existencia de unos atractivos naturales, culturales y de otro tipo, a condición de que estos se encuentren en buen estado de conservación.

Así mismo El turismo de naturaleza es simplemente el turismo basado en la visita de recursos naturales y está estrechamente relacionado al ecoturismo pero no involucra necesariamente la conservación o la sustentabilidad (Drumm, 2002, pág. 78).

Bigne (2000); dice que existen dos tipos de información:

- La entregada en el lugar de la demanda a los visitante, cuyo objetivo principal impartir información de un destino turístico único.
- La que se entrega la información en el momento que arriban a dicho lugar es decir consiste en entregar la información útil e

inducirlos a diferentes comportamientos que son de interés para las entidades es decir tratar que de que los turistas consuman la mayoría de los servicios que ofrecen tanto las entidades públicas como las privadas.

La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas

Los folletos: Son una gran fuente de información turística que incluyen contenido visual especializado y representan la descripción formal de los activos turísticos, además influyen en la formación de imágenes del destino mentales en los turistas. Los folletos tienen mayor credibilidad que otras fuentes de información, porque describen los lugares utilizando un lenguaje constructivo, esto los ha posicionado como los principales instrumentos de promoción (Nicoletta & Servicio, 2012).

Dado que el turismo es visual, las fotografías se consideran de suma importancia para crear y comunicar con éxito el destino turístico (Hunter, 2008; MacKay & Fesenmaier, 1997). Por el contrario, Nicoletta & Servidio (2012) resaltan que aunque varios estudios empíricos han demostrado la existencia de una relación entre fuentes de información y comportamiento de los turistas, pocas investigaciones analizan si las imágenes utilizadas son consistentes con las necesidades de los turistas y su imagen de destino. Entonces, ya que las imágenes representan sólo uno de los elementos en la compleja estructura de folletos promocionales y sitios web, los estudios futuros podrían investigar la percepción de otros aspectos visuales de los folletos turísticos, como el diseño y los colores desde el punto de vista afectivo y cognitivo (Nicoletta & Servidio, 2012).

Estrategia de desarrollo turístico.

Porter (2009); señala que “las estrategias pueden ser concebidas como las actividades que proporcionan condiciones propicias para lograr los objetivos específicos predeterminados en la planificación” (Porter, Estrategias competitivas técnicas para sectores industriales , 2009, pág. 65).

Toda planificación que se diseña requiere de estrategias primordiales para poder ejecutarlas obteniendo resultados positivos que mejoren el desarrollo de una meta planteada, siempre y cuando exista el apoyo de entidades que se encuentren trabajando en planes programas y proyectos que puedan ir de la mano con las estrategias planteadas. Así mismo que puedan direccionar hacia un desarrollo económico orientado a reducir la desigualdad social pero protegiendo las riquezas tanto naturales como culturales que posee nuestro hermoso país.

Es así como Beckham (2011); menciona que “las estrategias no son eventos aislados son más bien un proceso de acciones continuas y consistentes que deben ser desarrolladas por todos los individuos de la organización, que crean vinculaciones más necesarias para abordar las amenazas del turismo” (Beckham, Plan de Marketing Turístico, 2011, págs. 67-70)

Los recursos naturales y su impacto en la promoción turística.

El refrán “*una imagen vale más que mil palabras*” es muy conocida y en esta máxima debieran basarse los recursos naturales, es decir, en la promoción de los mismos basándose en imágenes y en la interactividad. Se trata, por lo tanto, en basar la información turística en una experiencia cognitiva de la visita a un lugar o zona que hará que la visita real a los lugares sea más provechosa ya que se adquirirán unos conocimientos previos a los mismos. Lo que incluso puede llegar a servir como una estrategia de fidelización ya que si el turista vive, conoce, disfruta y hace suya la zona que visita es muy posible que vuelva. Hay que pensar: ¿en qué cosas se interesan los turistas? Normalmente, una persona que visita un lugar no se interesa solamente por un aspecto del mismo, y en caso de ser así busca otros elementos que lo complementen; por ejemplo, una persona interesada en el turismo natural/gastronómico no dejará de interesarse por la aventura o por cultura. Por ejemplo, raramente las personas que visitan una zona se inclinan solamente por una tipología de turismo debido a que, afortunadamente, tienen la oportunidad de

diversificar su visita entre varias opciones: turismo cultural/ natural, gastronómico, rural, activo. Es así como mediante la promoción turística, el desarrollo del turismo surgirá paulatinamente.

METODOLOGÍA

El instrumento de recolección de datos (encuesta), fue elegido para conocer la opinión de los turistas sobre los recursos naturales que posee la Parroquia Quisapincha.

Aunque existen diferentes procedimientos que permiten obtener una muestra representativa que cumpla con los objetivos planteados por el estudio, es de suma importancia trabajar con la investigación participativa y con la metodología cuantitativa y cualitativa.

Se trabajó con la investigación participativa porque se puso en conocimiento el tema de investigación al encargado de la comisión de gestión ambiental y ecoturismo al Lic. Eustaquio Toala mismo que contribuyó con los antecedentes de la Parroquia y con el inventario de los atractivos turísticos que se encuentran en el centro de Quisapincha y sus comunidades aledañas.

Así mismo se utilizó la investigación de campo porque fue necesario llegar a los recursos turísticos del sector para tomar apuntes de la flora y fauna existente en el lugar y a través de dichos datos se pudo obtener mayor información para realizar rutas turísticas para la promoción turística de la Parroquia Quisapincha.

El aspecto cualitativo hace referencia a las tipologías planteadas por parte de los encuestados al respecto, por ejemplo los recursos naturales y su impacto en la promoción turística, así mismo para los turistas nacionales como extranjeros es notable que necesiten la facilidad de información turística del lugar lo cual permitirá establecer preferencias y exigencias de la demanda turística.

Al respecto de lo cuantitativo se obtuvieron resultados por medio de la aplicación de encuestas para lo cual se utilizó como instrumento un cuestionario semi-estructurado con un total de 10 preguntas este se aplicó durante el mes de diciembre del 2015, mediante una encuesta impresa a los turistas que arribaban a Quisapincha de las cuales se les brindó una breve descripción de la intención del estudio y se solicitó su colaboración para llenar el cuestionario.

Para la selección de la población objeto de estudio se consideró para este caso las estadísticas de los visitantes, de los cuales llegaron a un número de 1888, a partir de esta cantidad se aplicó la siguiente fórmula:

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

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad (1.96)

P= Probabilidad de ocurrencia (0.5)

Q= Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

N= Población

e= Error de muestreo (0.07)

(Kazmier, 1998, pág. 196)

DISCUSIÓN Y RESULTADOS

Para la selección de la muestra con la que se trabajó en la investigación, se tomó en cuenta el número de turistas que visitaron la Parroquia Quisapincha en el trimestre del presente año siendo este los meses de Febrero-Abril determinando así una muestra de 178 turistas. Las encuestas realizadas sirvieron como instrumento de recolección de datos para desarrollar el presente trabajo. Posteriormente, se procedió a tabular los datos que arrojaron las encuestas mediante el programa informático Excel, y así determinar los resultados de cada una de las preguntas. Con los resultados, se eligieron dos preguntas, una de cada variable de la investigación y se aplicó el método estadístico CHI cuadrado, lo cual permitió comparar los resultados para posteriormente poder discutirlos.

Es así que la investigación arroja los siguientes resultados: de acuerdo a la pregunta número uno de las encuestas aplicadas, del 100% de turistas el 61% mencionan que no conocen los lugares turísticos de la Parroquia Quisapincha y el 31% afirma que sí.

De la misma manera los propietarios de los centros comerciales de artículos de cuero de la Parroquia Quisapincha de acuerdo a la pregunta 6, consideran de vital importancia la promoción turística de los recursos que posee Quisapincha, por tal razón el 100% de los encuestados brindan su opinión positiva a esta pregunta.

Los resultados de la investigación han sido importantes para tener un conocimiento amplio acerca de los recursos Naturales y su impacto en la promoción turística

Es evidente que al ofrecer al visitante información de los recursos turísticos que posee el sector mediante la promoción del mismo genera un impacto positivo dependiendo de cómo lo use a los recursos turísticos.

Blanco (1998), el nivel de los impactos que producen los visitantes está relacionado directamente con distintas variables:

- Duración de viaje
- Época del año considerada
- Tipología
- Comportamiento del usuario
- Fragilidad ecológica del ambiente considerado

En cambio los impactos que producen al sector en general son positivos debido al flujo de turistas que arriban a la parroquia Quisapincha durante todo el año, los mismos que aportan con el desarrollo turístico y económico del sector.

La promoción turística va de la mano con la información debido a que si se va a promocionar un lugar turístico se necesita de información abundante y fiable del lugar mediante un material informativo que pueda satisfacer las necesidades del visitante, Rodríguez (2012). De igual manera Quisapincha es un sector que pretende crear experiencias positivas mediante la promoción de sus recursos.

CONCLUSIONES

- Mediante la información turística, se determinó una estrategia coherente y eficaz la cual permitió lograr la máxima visibilidad del destino y que los turistas alcancen el máximo nivel de satisfacción y puedan cumplir las necesidades deseadas, es decir poder ofrecer un servicio diferencial.
- La Guía turística permitirá la afluencia de visitantes, mejorando el aspecto social y económico del sector.
- la conservación de los recursos naturales son un factor importante en el turismo, puesto que esto motivará la visita de turistas debido al estado de conservación en el que se encuentran el atractivo y a su vez porque es de fácil acceso.
- La visión primordial es “hacer más grata su experiencia y facilitarles información de forma que permanezcan más tiempo en

la localidad” (OMT, 1993 Desarrollo Turístico Sostenible, guía para planificadores locales. Organización Mundial del Turismo, 1993).

- Mediante la promoción turística los visitantes podrán estar informados de los recursos naturales que posee Quisapincha.
- Para la promoción turística se debe revisar permanentemente las vías de acceso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahues, E. (2004). *“El imperio de la Sostenibilidad en el Turismo del siglo XXI”*. Fórum Barcelona 2004.
- Albacete Sáez y Fuentes, (2010) *“Difusión de la investigación española sobre turismo en revistas internacionales”* Revista de Análisis Turístico.
- Alfons Cornella (2002), *“Ley de la Termodinámica Informacional”*; El profesional de la información, v. 13, n. 6, noviembre-diciembre 2004.
- Baca Urbina Gabriel. - Ed. Mc Graw-Hill, (2006) - *“Evaluación de proyectos”*
- Beckham, Paúl (2011). *“Plan de Marketing Turístico”*, edit. Palermo S.A, México.
- Benavides, M. (2011). *“Desarrollo del turismo comunitario”*.
- Bermúdez, L. (2012). *“Importancia socioeconómica cultural del turismo”*.
- Bigné J., Font X., Andreu L. (2000).” *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*”. Recuperado el 17 de mayo del 2013.

- Blanco, L. & Gutsztat, I. (1992):” *Sistemas Informáticos*”, MES, La Habana.
- Castro, A. (2013).” *Turismo y recursos Naturales*”.
- Centeno H., Doffourt G., García N., González E., Gómez G., Granado., Loyo S., Pérez A., Pérez D. (2011).”*Sistemas de Información Turísticos*” Puerto Ordaz, Venezuela. Recuperado el 23 de mayo del 2013.
- Delgado, A. (2012). “*Certificados Ambientales, innovadores y redes*”
- Ejarque, T. (2005). “*Publicidad y tipos de promoción turística*” . Mexico
- Fesenmaier, D. R; Vogt, C.A .y Stewart, W.P. (1993) “*Investigating the influence of welcome centre information on travel behaviour*” *Journal of Travel Research* 31 (3): Gestión Sostenible en la Industria Turística; Universidad Autónoma de Barcelona, departamento de Geografía. Septiembre 2003.
- Jogaratnam, G., Chon, K., Mccleary, K., Mena, M. y Yoo, J. (2005). “*An Analysis of Institutional Contributors to Three Major Academic Tourism Journals: 1992-2001.*” En *Tourism Management*, vol. 26, núm. 5,
- Kazmier, Leonard (1998); “*Estadística Aplicada a la Administración y economía*”; México: McGraw- Hill.
- Middleton V. (2001) “*Marketing in travel and tourism*”.
- OMT (1993) “*Desarrollo Turístico Sostenible, guía para planificadores locales. Organización Mundial del Turismo*”.
- Pearce, P. (1991) “*Visitor centre and their function in the landscape of tourism*”, Australia.
- Porter, Michael. (2009) “*Estrategias Competitivas Técnicas para los Sectores Industriales y de la Competencia*”. Mexico: Pirámide.
- Severt, D. E., Tesone, D.V., Bottorff, T.J. y Carpenter, M.L. (2009). “*A World Ranking of the Top 100 Hospitality and Tourism*

Programs". En Journal of Hospitality and Tourism Research, vol. 33, núm. 4,

- Yunis Ahúes, E. (2004).” *El imperativo de la sostenibilidad en el turismo del siglo XXI*”. Fórum Barcelona 2004. Intervención del jefe de desarrollo sostenible, OMT. Julio 2004.