



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

Proyecto de Investigación:

Previo la obtención del título de Licenciado en Turismo y Hotelería

TEMA:

**“CITY TOUR COMO UN PRODUCTO ALTERNATIVO DE
DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN
AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.**

AUTOR: Pablo Hernan López Luzuriaga

TUTOR: Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

AMBATO - ECUADOR

2017

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACION O TITULACION

CERTIFICA:

Yo, Diego Fernando Melo Fiallos, con C.C. 180301736-5, en mi calidad de Tutor Del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“CITY TOUR COMO UN PRODUCTO ALTERNATIVO DE DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA.”** desarrollada por el estudiante **Pablo Hernan López Luzuriaga** considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de a Comisión calificadora designada por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, para su correspondiente estudio y calificación.



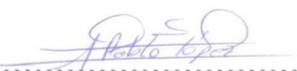
Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

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

La responsabilidad de las ideas, opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de investigación con el tema, **“City tour como un producto alternativo de diversificación de la oferta turística del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.”** corresponde exclusivamente a López Luzuriaga Pablo Hernán autora de este informe.



AUTOR

LÓPEZ LUZURIAGA PABLO HERNAN

C.I.: 1804469755

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo mis derechos en líneas patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: **“City tour como un producto alternativo de diversificación de la oferta turística del cantón Ambato, provincia de Tungurahua”** autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de la regulación de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.



.....
AUTOR

LÓPEZ LUZURIAGA PABLO HERNAN

C.I.: 1804469755

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

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: **“CITY TOUR COMO UN PRODUCTO ALTERNATIVO DE DIVERSIFICACION DE LA OFERTA TURISTICA EN EL CATON AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA.”** Presentada por López Luzuriaga Pablo Hernán, estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería, una vez revisado el Trabajo de Graduación o Titulación considera que dicho informe investigativo reúne los requisitos básicos tanto técnicos como científicos y reglamentarios establecidos.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes, para los trámites correspondientes.

LA COMISIÓN



Mg. Alba Hernández

Miembro del Tribunal



Mg. Cristina Páez

Miembro del Tribunal

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo, está dedicado a todas las personas que trabajaron incesablemente para que esto sea posible; agradezco de manera muy especial, a mi padre, a mi madre, a mis hermanos y a mi familia en general que de una u otra manera contribuyeron a que cumpla esta meta.

Pablo López

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia, amigos y conocidos, quienes me apoyaron constantemente en el desarrollo de este trabajo, el mismo que fue plasmado con mucho entusiasmo y dedicación, a fin de descubrir nuevos caminos y hechos perdidos en el tiempo.

A mis padres Pablo L. y Milsa L. por su paciencia apoyo y esfuerzo y por estar siempre conmigo soñando con este momento.

A mis maestros tanto de profesión como de vida, por sus enseñanzas que han hecho de mí una mejor persona.

A mi tutor Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos por su entrega y dedicación para llevar a cabo este trabajo gracias por compartir conmigo todo su conocimiento. Mi sincera gratitud.

Pablo López

INDICE GENERAL

APROVACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACION O TITULACION	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
Al Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	xv
INTRODUCCIÓN	xvi
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA	1
1.1 Tema:	1
1.2 Planteamiento del problema	1
1.2.1 Contextualización	1
1.2.2 Análisis crítico	3
1.2.3 Prognosis	4
1.2.4 Formulación del Problema.....	5
1.2.5 Interrogantes (Preguntas directrices).....	5
1.2.6 Delimitación del objetivo de investigación	5
1.3 Justificación	6
1.4 Objetivos	7
1.4.1 General.....	7
1.4.2 Específicos.....	7
CAPÍTULO II	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1 Antecedentes investigativos	8
2.2 Fundamentación filosófica	13
2.3 Fundamentación legal	13
2.4 Categorías fundamentales	15
Fundamentación Teórica Variable Independiente	18

2.5 HIPÓTESIS	36
2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES	36
CAPÍTULO III	37
METODOLOGÍA	37
3.1 Enfoque básica de la Investigación	37
3.2 Modalidad Básica de la Investigación	37
3.3 Nivel o Tipo de Investigación	38
3.4 POBLACION Y MUESTRA	39
3.4.1 Población	39
3.5 Operacionalización de las variables-Variable Independiente: “City tour”	42
3.6 Operacionalización de la las variables- Variable dependiente “Oferta Turística”	45
3.7 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	47
3.8 Plan de procesamiento y Análisis	47
CAPÍTULO IV	49
ANÁLISIS E INTERPETACIÓN DE RESULTADOS	49
4.1 Análisis e interpretación de datos	49
4.2 Planteamiento de la hipótesis	62
4.2.1 Selección del nivel de Significación.....	62
4.2.2 Descripción de la población	62
4.2.3 Calculo del Chi Cuadrado.....	63
4.2.4 Cálculo de lo estadística	65
CAPÍTULO V	67
CONCUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
5.1 Conclusiones	67
5.2 Recomendaciones	67
CAPÍTULO VI	69
PROPUESTA	69
6.1 Datos informativos	69
6.2 Ubicación de la intervención	69
6.3 Antecedentes de la Propuesta	70
6.4 Justificación	71

6.5 Objetivos	72
6.5.1 General.....	72
6.5.2 Específicos.....	72
6.6 Análisis de factibilidad.....	72
6.6.1 Factibilidad operativa	72
6.6.2 Factibilidad Social-Cultural.....	72
6.6.3 Factibilidad económica.....	72
6.7 Fundamentación teórica	73
6.8 Metodología.....	74
6.8.1 Modelo operativo.....	74
6.8.2 Modelo operativo (Propuesta)	75
6.9 Desarrollo de lo operativo de la propuesta	76
6.9.1 Definición de Aspectos Generales de la ruta.....	76
6.9.2 Identificación	78
6.9.3 Logotipo.....	79
6.9.4 Definición del Recorrido	80
6.9.5 Recopilación de información.....	84
6.9.6 Itinerario del City tour	93
6.9.7 Costo del City tour.....	94
6.9.8 Elaboración del material promocional.....	95
7. Plan de Monitoreo y evaluación de la propuesta.....	96
Bibliografía	104
Artículo Académico.	110
Bibliografía	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Muestra	40
Tabla 2: Especificación de la población	40
Tabla 3: Plan de Recolección de Información.....	47
Tabla 4: Pregunta 1	49
Tabla 5: Pregunta 2	51
Tabla 6: Pregunta 3	52
Tabla 7: Pregunta 4	53
Tabla 8: Pregunta 5	54
Tabla 9: Pregunta 6	56
Tabla 10: Pregunta 7	57
Tabla 11: Pregunta 8	59
Tabla 12: Pregunta 9	60
Tabla 13: Pregunta 10	61
Tabla 14: Descripción de la población	63
Tabla 15: Aceptación o rechazo	64
Tabla 16: Frecuencia Observada	64
Tabla 17: Frecuencia esperada	65
Tabla 18: Chi cuadrado	65
Tabla 19: Factibilidad Económica.....	73
Tabla 20: Modelo Operativo de la propuesta	75
Tabla 21: Recorrido del city tour	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 22: Costo del city tour	94
Tabla 23: Plan de evaluación.....	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Árbol de problemas	3
Gráfico 2: Categorías Fundamentales	15
Gráfico 3: Constelación de ideas.....	16
Gráfico 4: Constelación de ideas-variable independiente.....	17
Gráfico 5: Operacionalización de las variable Independiente	42
Gráfico 6: Operacionalización de la variable dependiente	45
Gráfico 7: Presentación gráfica 1	49
Gráfico 8: Presentación gráfica 2	51
Gráfico 9: Presentación gráfica 3	52
Gráfico 10: Presentación gráfica 4	53
Gráfico 11: Presentación gráfica 5	54
Gráfico 12: Presentación gráfica 6	56
Gráfico 13: Presentación gráfica 7	57
Gráfico 14: Presentación gráfica 8	59
Gráfico 15: Presentación gráfica 9	60
Gráfico 16: Presentación gráfica 10	61
Gráfico 17: Campana de Gauss	66
Gráfico 18: Logotipo.....	79
Gráfico 19: Mapa turístico del city tour Ambato	81
Gráfico 20: Mapa turístico vial	82
Gráfico 21: Reverso del Mapa turístico vial.....	83

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Delimitación.....	6
Ilustración 2: Ubicación de la investigación.....	70

INDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1.....	84
Fotografía 2	85
Fotografía 3	86
Fotografía 4	87
Fotografía 5	88
Fotografía 6	89
Fotografía 7	90
Fotografía 8	91
Fotografía 9	92
Fotografía 10	97
Fotografía 11	97
Fotografía 12	98
Fotografía 13	98
Fotografía 14	99
Fotografía 15	99

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMABTO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA
MODALIDAD DE ESTUDIOS: PRESENCIAL

TEMA: “CITY TOUR COMO UN PRODUCTO ALTERNATIVO DE DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

AUTOR: Pablo Hernán López Luzuriaga

TUTOR: Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

RESUMEN:

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de tesis hace referencia al city tour como un producto alternativo de diversificación de la oferta turística del cantón Ambato, provincia de Tungurahua, debiendo recabar las características necesarias para poder desarrollar esta nueva alternativa, siendo así que un city tour se desarrolla a base de puntos estratégicos para una plena distracción de la demanda turística.

Además para la realización y desarrollo de esta investigación, se construyó un marco teórico para fundamentar correctamente a las variables, buscando una metodología adecuada para la recolección y procesamiento de los resultados, donde se aplicó una encuesta de 10 preguntas para posteriormente analizar estadísticamente los datos obtenidos y así establecer las conclusiones y recomendaciones pertinentes, proponiendo soluciones y otras alternativas turísticas para dinamizar aún más la actividad existente en el cantón.

Palabras Claves:

Producto, diversificación, demanda, alternativa.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo da a conocer la importancia de un city tour como un producto de diversificación en el cantón Ambato.

El trabajo investigativo consta de siete capítulos los cuales se detallan a continuación:

CAPÍTULO I

En este capítulo se identifica el problema de la investigación, donde se realiza una búsqueda exhaustiva de la problemática en la contextualización en los diferentes ámbitos: macro, meso y micro sobre la situación actual de la actividad turística, además se realizó un árbol de problemas indicando las causas y efectos, dando un sentido a estos en el análisis crítico, la prognosis se describe lo que puede pasar en el caso de no realizar la investigación, delimitación del objeto de estudio, justificación y finalmente el objetivo general y objetivos específicos que expresan los propósitos a alcanzar con la investigación.

CAPÍTULO II

En este capítulo se desarrolla el marco teórico, es decir el sustento teórico que permite interpretar el objeto de estudio, antecedentes investigativos que permiten sustentar la investigación y así tener un juicio de criterio para el tema de investigación, fundamentación filosófica, que determina el paradigma a utilizar; la fundamentación legal, que consiste en normativas y leyes que se encuentran relacionados con el problema, 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

Se refiere a la metodología de la investigación, en donde se detalla cómo y con qué se desarrolló la investigación, el enfoque, y la modalidad de la investigación dando a conocer la población y muestra, que son parte fundamental para la obtención de resultados, la operacionalización de

variables, la recolección de información que permitan analizar e interpretar el problema, el plan de procesamiento y análisis de información para interpretar los resultados.

CAPÍTULO IV

Se desarrolla la tabulación y análisis e interpretación de resultados, los mismos que serán el sustento de la investigación y verificación de la hipótesis, se plasmarán en gráficas en forma de pasteles y barras respectivamente para la mejor asimilación.

CAPÍTULO V

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

CAPÍTULO VI

Desarrollo de la propuesta planteada, se plasma la creación de una ruta turística en un mapa, la misma que debe contar con los respectivos atractivos turísticos obtenidos en la presente investigación y ubicados estratégicamente para su correcto desarrollo y aplicación, se crea un logotipo que sea de ayuda para difusión, promoción y comercialización del city tour.

CAPÍTULO VII

Se redacta un artículo académico como respaldo y aporte a la investigación realizada, el mismo que consta de un resumen realizado con sus propias palabras y fácil de entender con palabras claves la misma que debe ser traducida al idioma inglés, introducción dando a conocer el porqué de la investigación e incluyendo los objetivos del artículo, a continuación se describe la metodología de la investigación para luego empezar con el análisis, discusión de los resultados para así finalmente dar a conocer las conclusiones.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema:

“CITY TOUR COMO UN PRODUCTO ALTERNATIVO DE DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización

“El turismo consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año.” (Porto, 2008).

Un total de 416.030 turistas arribó a Ecuador durante el primer trimestre de 2015, lo que evidencia un crecimiento de 6,4% con relación a igual período de 2014 cuando llegaron 391.167 visitantes. En enero de 2015 arribaron al país 169.378 turistas; en febrero, 119.665 y en marzo, 126.987, según datos del Ministerio de Turismo. La Coordinación General de Estadística e Investigación de esa cartera de Estado estimó en su boletín trimestral que el país obtendría ingresos por turismo en el primer trimestre del año de 388 millones de dólares; es decir, 24 millones más que lo que se recibió el año anterior. El documento detalla, además, que 252.993 turistas, que representa el 61% de visitantes, llegaron al país vía aérea mientras que el 34% (142.332) lo hicieron por vía terrestre y el 5% (20.710) por vía marítima. Este último segmento, de acuerdo con el informe, mostró un mayor dinamismo al incrementarse en 24% respecto al primer trimestre de 2014. En cuanto al empleo, el Mintur informó que hasta marzo de 2015 se registra un total de 405.819 empleados en el sector turístico (alojamiento y servicio de

alimentación), alcanzando un crecimiento del 16,3% frente al mismo período del nacional y corresponde al segundo incremento más importante registrado en el país en los tres primeros meses, después del sector transporte que experimentó un incremento del 23% en el número de empleos. Al cierre de 2014 el turismo se ubicó como la tercera fuente de ingresos no petroleros (detrás del banano y camarón) al generar 1.487,2 millones de dólares, 18,9% más que en 2013. La información y el contenido multimedia, publicado por la Agencia de Noticias Andes, son de carácter público, libre y gratuito. Pueden ser reproducidos con la obligatoriedad de citar la fuente. (Sudamerica, 2016)

Ecuador un país con un gran potencial turístico cuenta con 24 provincias que se encuentran distribuidas en 4 regiones que son: costa, sierra, oriente, y región insular y cabe recalcar que en el 100% de estas se realizan city tours, manejadas principalmente por las agencias de viajes, sin embargo, en la mayoría de casos se registra este servicio de manera defectuosa o informal en ciertos cantones , los principales sitios en donde se realiza de una manera adecuada son : Quito, Cuenca, Guayaquil y Machala que representan el 16.6 % del país.

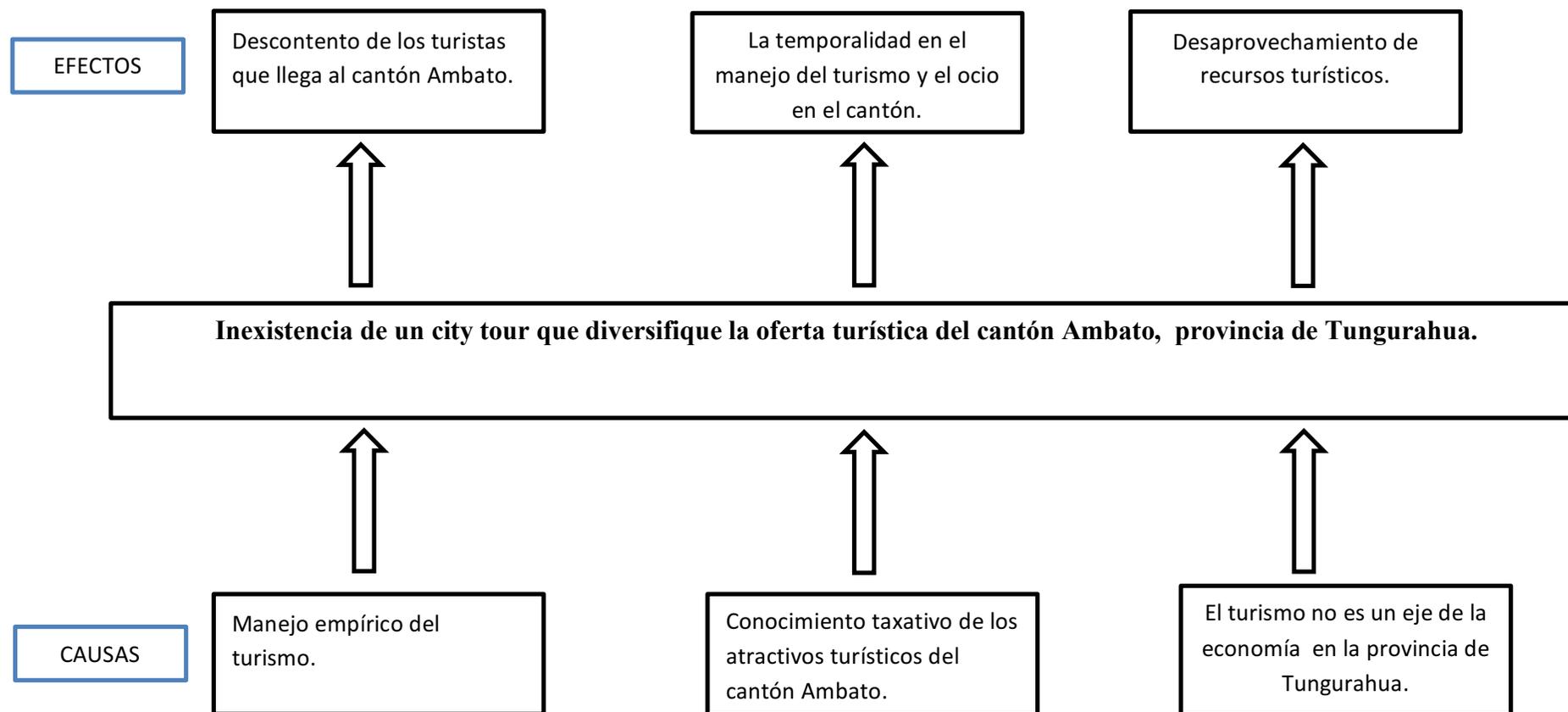
Según (SEMPADES, 2014), las regiones administrativas definidas mediante el Decreto Ejecutivo N.- 878, publicado en el Registro Oficial N.-268 del 8 de febrero del 2008 y modificada mediante Decreto Ejecutivo N.- 35728, publicado en el Registro oficial N.-205 del 2 de junio del 2010, denominándose zonas de planificación, de acuerdo con el Art. 6.- Se establece nueve zonas administrativas de planificación.

La zona 3 que comprende las provincias de: Pastaza, Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo cuentan con una actividad turística muy importante a nivel nacional e internacional con sus distintos y puntuales cantones sobresalientes en el ámbito turístico. defectuoso. Ambato que representa el 1.1% de la provincia de Tungurahua, año pasado. Esta cifra representa el 5,7% del total de empleos en la economía cuenta con un city tour establecido pero cabe mencionar que las distintas agencias de viajes que operan en el cantón realizan circuitos turísticos por diversos lugares turísticos del mismo y además son circuitos realizados de manera fortuita.

Al referirnos a la provincia de Tungurahua, teniendo en cuenta que el desarrollo de un city tour en los diferentes cantones es escaso, se cuenta con apenas un 11% que está representado por el cantón Baños que se convierte en el único cantón que desarrolla city tours, con la particularidad que estos se los realiza en un medio de transporte denominado (chivas), y de una manera de un punto de vista técnico

1.2.2 Análisis crítico

Gráfico 1: Árbol de problemas



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Análisis Crítico

Inexistencia de un city tour que diversifique la oferta turística del cantón Ambato, provincia de Tungurahua, aquella que no se ha desarrollado de la manera esperada, o en la magnitud deseada, que conlleve al crecimiento y convierta al turismo como un eje fundamental, para el fortalecimiento social, económico y turístico. Tiene diversos motivos, el manejo empírico del turismo promueve el descontento de los turistas que visitan el cantón Ambato convirtiéndose en una desventaja para el sector turístico, el desaprovechamiento de distintos aspectos, que enfocada en otra dirección beneficie al cantón, dando valor a semblantes como: el sector privilegiado en donde este se encuentra el cantón, teniendo en cuenta que este es un catalizador al referirnos a la conexión entre provincias; costa sierra y oriente , provocando que, los turistas potenciales se transformen en turistas reales y generen mayores beneficios.

También, el conocimiento taxativo de los atractivos turísticos, principalmente culturales, naturales y arquitectónicos que posee el cantón Ambato, ha influido en la temporalidad en el manejo del turismo y el ocio en el cantón, evidenciando todo esto al momento de obtener los registros de la cantidad de visitantes que llegan al cantón, incluyendo un análisis acerca de la satisfacción del cliente, reflejado en el movimiento turístico que se puede observar el cantón Ambato.

Si el turismo no es un eje de la economía de la provincia de Tungurahua, debido al direccionamiento de los recursos, prioridades de desarrollo, crecimiento social y económico enmarcado en otras actividades propias del lugar, conlleva al desaprovechamiento de los recursos turísticos, que son muy ricos culturalmente con una valor histórico, patriótico, político y social. Se debería potencializar los atractivos turísticos que posee el cantón Ambato generando y mejorando las facilidades turísticas para facilitar y promover las visitas.

1.2.3 Prognosis

De no realizar la investigación del "City tour como un producto alternativo de diversificación de la oferta turística del cantón Ambato, provincia de Tungurahua", no se contara con otra alternativa que diversifique la oferta turística en el cantón Ambato, se perderá un importante ingreso económico gracias al

turismo y no se podrá transmitir la riqueza de los atractivos turísticos que se posee, no se aprovecharía que el cantón Ambato es un punto céntrico del país en cuanto a comercio, y es una aduana al momento de trasladarse de norte a sur o viceversa.

1.2.4 Formulación del Problema

¿Cómo aporta el city tour como un producto alternativo de diversificación de la oferta turística del cantón Ambato provincia de Tungurahua?

1.2.5 Interrogantes (Preguntas directrices)

- ¿Cuáles son los beneficios turísticos que genera el city tour como un producto alternativo en el cantón Ambato provincia de Tungurahua?
- ¿Cuáles son los atractivos turísticos que podrían diversificar la oferta turística del cantón Ambato provincia de Tungurahua?
- ¿Cómo aportará en la investigación el city tour como un producto alternativo de diversificación de la oferta turística del cantón Ambato provincia de Tungurahua?

1.2.6 Delimitación del objetivo de investigación

Delimitación del Contenido

- **Campo:** Turismo
- **Área:** City tour
- **Aspecto:** Oferta Turística

Delimitación del Problema

La presente investigación se desarrollará en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

Delimitación Temporal

El trabajo de investigación se realizara en el periodo académico Octubre 2016-Marzo 2017.

1.4 Objetivos

1.4.1 General

Investigar al city tour como un producto alternativo que diversifique la oferta turística del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

1.4.2 Específicos

- Definir los beneficios turísticos que genera un city tour como un producto alternativo mediante un estudio técnico para mejorar la oferta turística.
- Analizar la oferta turística mediante un estudio de mercado.
- Diseñar un city tour mediante un estudio técnico que diversifique la oferta turística.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

Para enriquecer la siguiente investigación de estudio, sobre el city tour como un producto alternativo de diversificación de la oferta turística del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

Trabajo investigativo: “Análisis del perfil del turista que usa el city tour panorámico en el bus de dos pisos, caso empresa Van Servicio International”

Autor: Adriana Verónica Vera Torres

Institución: Repositorio Digital de la Universidad de Cuenca

Período: 2015-2016

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de “Licenciada en Administración Turística”, consistente en un ensayo académico.

Conclusiones:

- Los turistas que visitan la ciudad de Cuenca y hacen uso del city tour panorámico en el bus de dos pisos, mayoritariamente son personas en un rango etario de 18 a 30 años, con expectativas de conocer y tener nuevas aventuras, sin importar el precio que deban pagar, lo que constituye una ventaja para poder potenciar esta y otras actividades a desarrollarse en la ciudad.
- Los servicios turísticos están conformados por; la restauración, el alojamiento, el esparcimiento y la intermediación, los mismos que en un destino representan parte fundamental de la calidad de viaje que los turistas perciban, razón por la cual un servicio de excelencia se hace indispensable.

- La principal motivación de los turistas que usan el city tour panorámico es el conocer la ciudad en un tiempo corto a un precio cómodo, de una manera moderna y cómoda, de la misma manera conocer los atractivos principales de la ciudad. (Vera Torres , 2015)

Recomendaciones:

- Se debe realizar más a menudo este tipo de trabajos de investigación, puesto que son cortos y se aplica de manera precisa los conocimientos en el tema a tratar, de esta manera motivando a los estudiantes.
- Es importante recibir mayor apoyo de entidades públicas al momento de brindar información que aporte al desarrollo de trabajos de investigación, sabiendo que los resultados obtenidos servirán como aporte al desarrollo de nuevas teorías en el ámbito que se desenvuelva.
- Es importante plantear un programa de difusión de resultados de las investigaciones, para que de esta manera se dé a conocer las recomendaciones a la problemática que se ha generado a lo largo del desarrollo de la investigación. (Vera Torres , 2015)

En vista a lo investigado, se puede percibir que la implementación de un city tour, es indispensable para diversificar la oferta turística, y además se beneficiaran en gran parte los sectores como: restauración, alojamiento, esparcimiento y la intermediación que elevaran el grado de satisfacción a los turistas al estar involucrados en el desarrollo de un city tour.

Trabajo investigativo: “Estudio de la factibilidad para la creación de una empresa de transporte turístico terrestre para fomentar el turismo interno en el cantón Huaquillas año 2014”

Autor: Jorge David Aguilar Ontaneda

Institución: Universidad Técnica de Machala

Periodo: 2014-2015

Conclusiones:

- Se puede observar que el precio actual que pagan los turistas por concepto de transporte es alto, por lo tanto el costo del servicio no es el adecuado para el bolsillo de los visitantes.
- De acuerdo a los resultados obtenidos se determinó que la capacitación del talento humano que laboran en las cooperativas de transporte turístico es escaso, existe desinterés en cuanto al mejoramiento de la calidad del servicio, por lo que el servicio actualmente es pésimo.
- Huequillas es un cantón privilegiado, dada por su ubicación fronteriza, es el cantón que divide al Ecuador con el Perú convirtiéndose en un lugar concurrido por los turistas nacionales y extranjeros,

siendo el turismo de negocio el principal motivo de visita al cantón fronterizo. (Aguilar Ontaneda, 2014)

Recomendaciones:

- Realizar conferencias de asesoramiento en temas de relaciones humanas y atención al cliente a los conductores y a las personas que sirven de guía turístico para mejorar la calidad de atención a los visitantes.
- Mejorar las vías de transporte terrestre para facilitar el acceso a lugares turísticos.
- Mejorar la atención del servicio de transporte o desplazamiento de turistas, para proveer el desarrollo turístico del cantón Huaquillas, siendo importante para el progreso del turismo de negocio.
- Realizar estudios de factibilidad para proveer la creación de empresas de servicios turísticos para mejorar el desarrollo socioeconómico de la zona. (Aguilar Ontaneda, 2014).

Se pudo notar que una de las principales falencias que tiene el servicio de transporte turístico son las unidades con la que las empresas prestan el servicio, ya que no son confortables para el traslado o desplazamiento, otro factor son el estado actual de las vías de transporte y la atención recibida por los transportistas.

En lo que respecta a la formulación y evaluación de proyectos de inversión para crear una empresa de transporte turístico en el cantón Huaquillas son escasos por lo que se limita la oportunidad para emprender en este negocio altamente rentable.

Trabajo investigativo: “Turismo urbano en el cantón la libertad: diseño de un producto de circuito turístico tipo city tour, y plan de promoción, como estrategia de desarrollo y fortalecimiento del turismo local”

Autor: Jennifer Geomaira Gonzales Ramírez-Marcos Marcel Toro Barros

Institución: Universidad Estatal Península De Santa Elena

Período: 2015-2016

Trabajo de titulación previa a la obtención del título de: “ingeniero en gestión y desarrollo turístico”.

Conclusiones:

- Se pudo constatar las nuevas tendencias que refleja el turista moderno activo, que busca tener contacto con las actividades particulares que se desarrollan en las zonas urbanas de las

ciudades que visitan. Lo que obliga al sector turístico a ser más creativos, innovadores y competitivos y puedan crear nuevos destinos que oferten productos llamativos tanto en precios, calidad y diversidad en especial aquellos destinos que se han mantenido bajo una misma tendencia(sol y playa) que si bien son reconocidos y están posicionados no están exentos a caer en la monotonía y poca afluencia de turistas si es que no se promueven nuevas tendencias de turismo alternativo.

- Que en el desarrollo sostenible del turismo urbano intervienen muchos grupos de personas, lugares, entidades: los turistas, las poblaciones locales, los atractivos, paisajes, empresas turísticas, poderes públicos. De ahí que sea necesario sensibilizar a todos ellos al turismo urbano y asesorarles sobre las prácticas idóneas en materia de gestión de las corrientes turísticas. En efecto, el turismo urbano sostenible no solo es para los turistas extranjeros que visitan el lugar, sino también para los turistas nacionales, miembros de asociaciones y toda la comunidad.
- Con respecto a la elaboración de las estrategias de lanzamiento, promoción, comercialización y posicionamiento en el mercado turístico local, regional y nacional, de este nuevo producto, mediante la el capítulo tres han sido consensuadas y abalizadas por profesionales del ramo, así como por los actores del turismo local y nacional; lo que garantiza su pertinencia para esta fase de desarrollo de nuestro producto. Los diseños que se presentan se adaptan a las exigencias y expectativas propuestas por los turistas actuales que son el primer mercado de captación para nuestro producto, el diseño del logotipo y demás material promocional es inédito y fruto de un trabajo mancomunado con especialistas del área
- Finalmente se llega a la conclusión que el diseño del producto tipo city tour, no tiene competencia alguna en la provincia, y servirá como una herramienta para el desarrollo del turismo en la ciudad a través de los recursos que existen en la zona urbana generando ingresos económicos mediante circuitos establecidos en diversos sectores. (González & Toro, 2015)

Recomendaciones:

- Una vez que se llegue a implementar el proyecto se debería manejarlo técnicamente para que de esta manera pueda servir como piloto para que otras personas puedan seguir invirtiendo en este tipo de proyectos y así manejar sustentablemente los recursos existentes.
- La población de La Libertad opte por seguir realizando ciertas actividades de turismo interno, de tal manera que los usuarios lleguen a utilizar los diferentes servicios que ofertan las diferentes empresas de turismo.
- Que el GAD Municipal en forma conjunta con los diferentes organismos del sector, realicen acuerdos de mejoras de los lugares, haciendo de ellos un sitio de gran interés para los turistas internos y externos.
- Las autoridades pertinentes lleven un control del buen uso y manejo de los diferentes atractivos turísticos y sitios de interés, de tal manera que el turista se lleve una buena impresión

- Seguir elaborando y aplicando proyectos de construcción y reconstrucción de las diferentes vías y carreteras para beneficio del turismo como para la comunidad.
- Sería importante que se incremente la inversión en promoción de los recursos naturales y culturales del turismo de la provincia. (González & Toro, 2015)

Trabajo investigativo: La percepción de la contaminación acústica y su incidencia en el disfrute del producto city tour en el centro histórico de Quito.

Autor: Víctor Cristóbal Jácome Oquendo

Institución: Universidad Tecnológica Equinoccial

Período: 2015

Informe final presentado como requisito para optar al Grado de Magister en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales.

Conclusiones:

- Después de haber realizado esta investigación y con la ayuda de la revisión bibliográfica publicada por las instituciones públicas vinculadas a la actividad turística como es el caso del Ministerio de Turismo y Quito Turismo se pudo determinar las características de los turistas que visitan el Centro Histórico de Quito y son usuarios del producto city tour. Esta caracterización fue muy importante porque al analizar los datos obtenidos se determinó que los usuarios más frecuentes de este producto eran ciudadanos estadounidenses, una vez obtenida esa información la investigación se centró en el análisis específico de estos individuos y dio mayor claridad a este estudio
- En el análisis de las relaciones entre las variables de estudio se llegó a la conclusión que si existe una relación entre la contaminación acústica y el disfrute del producto city tour y que a pesar de las reacciones causadas a las personas la belleza del centro histórico y sus características únicas generan un sentimiento valioso en los turistas que hace que quieran regresar sin importar el ruido que sintieron durante su recorrido. (Jácome Oquendo, 2015)

Recomendaciones:

- Se recomienda a las agencias operadoras de turismo que al momento de operar un tour se tomen en cuenta la información obtenida en este trabajo, para que se tomen las medidas necesarias y hacer que la experiencia del turista se convierta en algo inolvidable. También es importante mencionar que se debe pedir a las instituciones públicas que tomen cartas sobre este tema y se creen o replanteen nuevas políticas con respecto a la contaminación acústica, como puede ser la prohibición de conciertos que generen demasiado ruido en lugares turísticos y patrimoniales, también se recomienda que se permita ingresar al CHQ a automóviles o autobuses eléctricos para promover un ambiente

más sano y se cumplan los preceptos del buen vivir. (Jácome Oquendo, 2015)

2.2 Fundamentación filosófica

La investigación se asume en el paradigma Crítico-Propositivo, ya que razona una realidad turístico-social; y propone una alternativa de solución para desarrollar de manera efectiva el turismo en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, mediante el desarrollo e investigación de elementos estratégicos propios de los atractivos turísticos.

2.3 Fundamentación legal

La presente investigación se fundamenta en leyes y reglamentos que rigen nuestro País.

Constitución Política del Ecuador

Título I

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

4. Preservar el crecimiento sustentable de la economía, y el desarrollo equilibrado y equitativo en beneficio colectivo.

Ley de Turismo del Ecuador

Capítulo I

Generalidades

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Reglamento de Transporte Terrestre Turístico

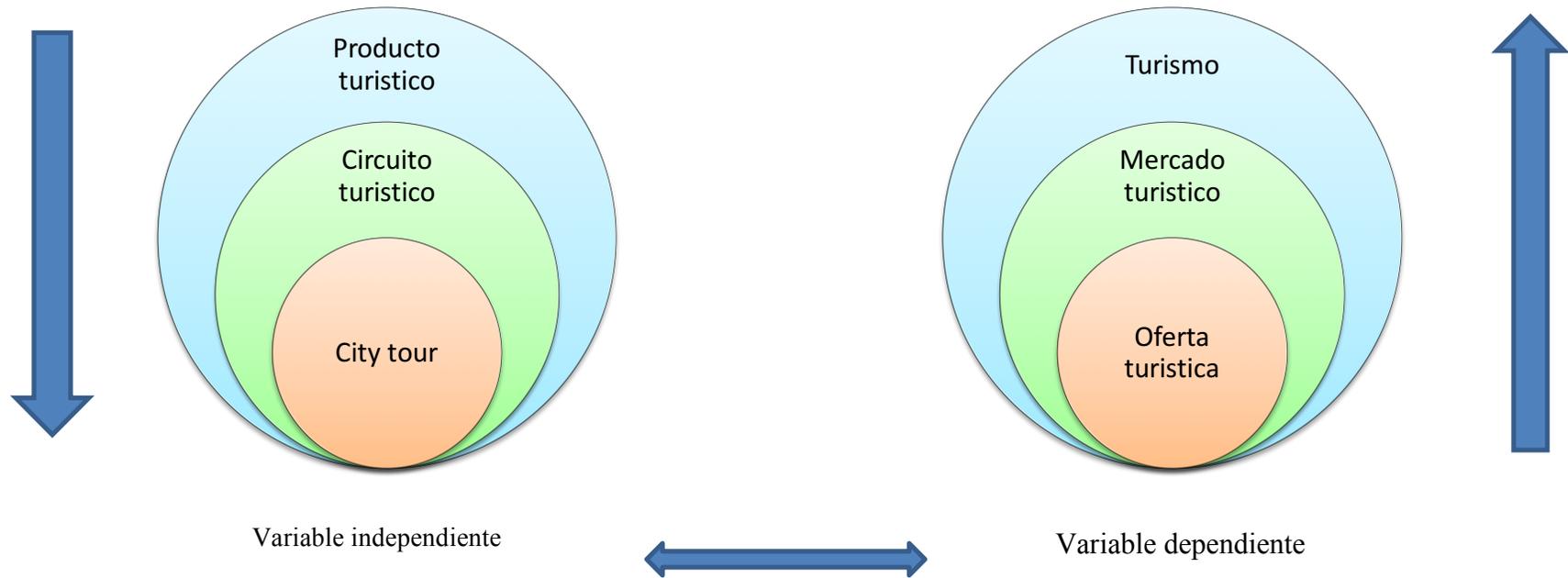
Art. 4.- TRANSPORTE TERRESTRE TUÍSTICO.- Se considera como transporte terrestre turístico a la movilización de personas que tengan la condición de turistas o excursionistas, en vehículos de compañías autorizadas a la prestación

del servicio de transporte terrestre turístico, debidamente homologados y habilitados por la Agencia Nacional de Tránsito, para dirigirse a establecimientos o sitios de interés turístico, mediante el pago acordado libremente por las partes.

Art. 31.- CLASIFICACION VEHICULAR: Los vehículos destinados a la prestación del servicio de transporte turístico, según su actividad, deberán cumplir con todos los requerimientos técnicos y operacionales establecidos por la ANT, de tal forma que garantice la seguridad en la movilidad de los pasajeros y el debido confort a los usuarios.

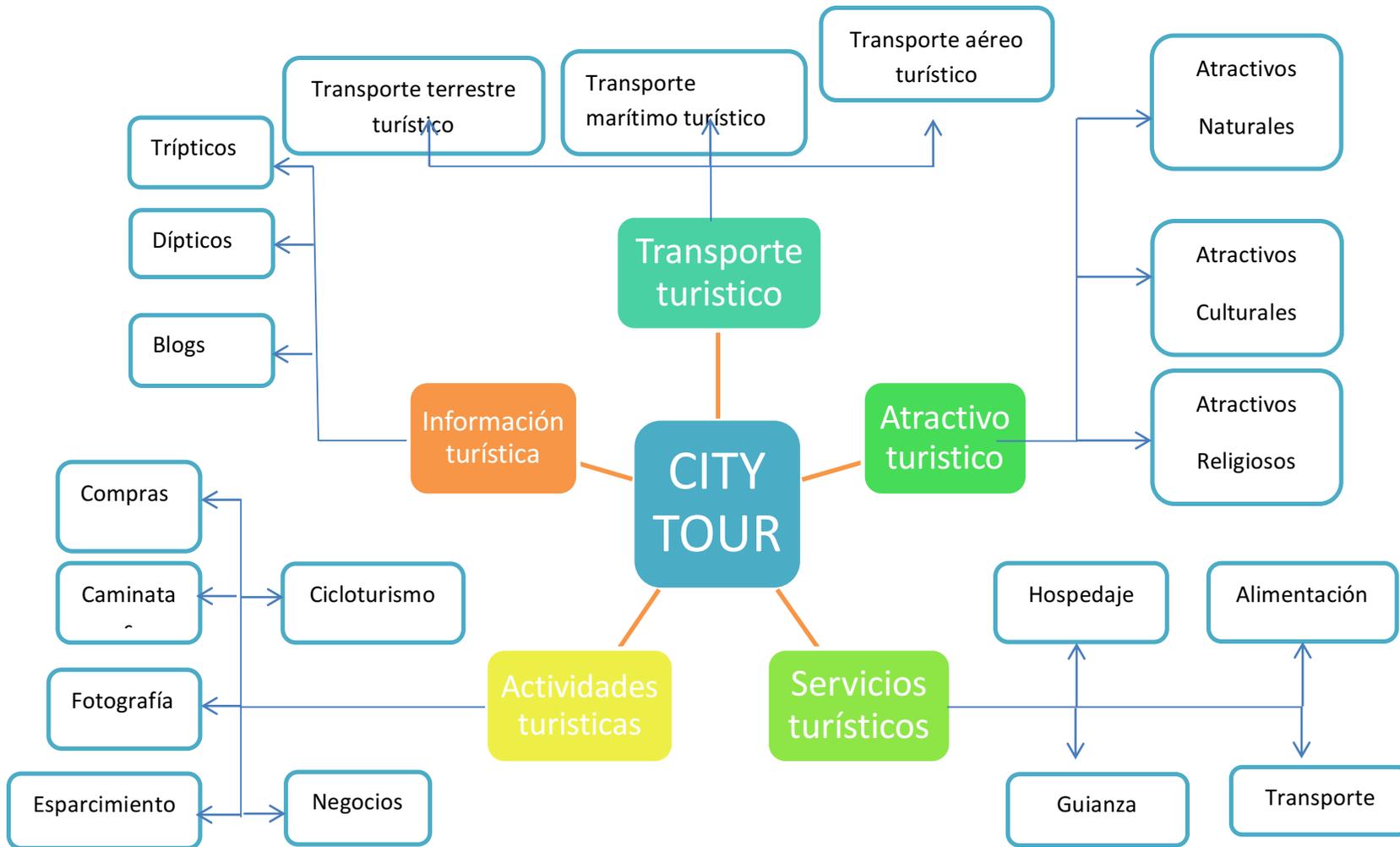
2.4 Categorías fundamentales

Gráfico 2: Categorías Fundamentales



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Constelación de ideas: Variable independiente
Gráfico 3: Constelación de ideas



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Gráfico 4: Constelación de ideas-variable independiente



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Fundamentación Teórica Variable Independiente

Producto turístico

“Conjunto de prestaciones, materiales o inmateriales, que ofrecen al mercado con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.” (Montaner, Antich, & Arcarons, 2010)

Se entiende que el producto turístico no es igual en todos los lugares o regiones pero debe contar con ciertas características más o menos comunes que permitan satisfacer las necesidades de los turistas tanto en su trayecto como en su destino. Tampoco es posible pensar que todos los destinos tengan absolutamente todos los elementos que más adelante se analizan. (Pelález Rodríguez, 2016)

Producto turístico es un conjunto de atractivos turísticos que se encuentran un determinado lugar conformando así un producto que pueda satisfacer las necesidades turísticas de los turistas Además un producto turístico genera beneficios directos e indirectos a las personas que se encuentren en el lugar donde se encuentra o se le denomina el producto turístico, para lo cual se debe cumplir con estrictos estándares de calidad para llegar a tener esta relevante denominación.

Producto turístico-bases conceptuales

En el proceso de la producción turística, uno de los retos más interesantes para las personas y empresas vinculadas a la actividad, es la creación de nuevos productos turísticos, de los cuales se espera que sean novedosos, pertinentes y rentables en el amplio espacio de la oferta y la demanda. Aunque pareciera que ya no hay cómo ni en dónde crear nuevos productos, la realidad y el desarrollo de la actividad muestra que sí es posible; por consiguiente, cabe recordar que para ser novedoso y oportuno en la creación de nuevos productos, se requiere ser... un buen observador, un atento lector del sujeto turista y realizar un permanente análisis de las tendencias del mercado que permita identificar en dónde están las oportunidades, la demanda y su relación con los recursos en el núcleo receptor, trátese de una región, un municipio, un parque natural o una playa. Todo ello buscando siempre una meta única tanto para el turista como para el núcleo receptor: beneficio social y económico. (Barboza, 2007)

El motivo por el cual se crean o existen los productos turísticos es para tener nuevas alternativas que ofertar a los turistas, pero sin embargo se debe tener en cuenta que estos deben ser innovadores, novedosos, creativos de manera que despierten el interés de los turistas, para esto se debe manejar adecuadamente las tendencias de la demanda, el tipo de

producto turístico, la ubicación, las facilidades turísticas que ayuden a viabilizar un producto turístico de calidad.

Características del producto turístico

A través de la visualización de las estrategias que dan valor al destino y al paquete turístico, este estudio puede contribuir a una mayor comprensión del turismo emisor chino en Europa. Encontramos similitudes en la forma en la que los paquetes turísticos formulan su producto turístico. La formulación del producto por las agencias de viajes analizadas es la forma en que las empresas adaptan las cualidades del destino para adaptarse a las necesidades de sus clientes. Como parte de la formulación del producto, las agencias de viajes tratan de construir una imagen turística del destino en sus sitios web. A través de la categorización de los paquetes turísticos investigados, se generaron cinco categorías de atracciones turísticas. Estas categorías son cinco aspectos principales que están vinculados a la imagen de España y se muestran en los paquetes turísticos con el fin de agregar valor a su destino. (Lojo, 2016)

En función de las características que se tomaran para generar un producto turístico con gran valor en comparación con la competencia, se debe analizar de manera muy detallada las necesidades de los turistas, sus expectativas y su satisfacción. Con esto se puede mejorar las condiciones de marketing de un determinado producto turístico.

Circuito turístico

“Conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada. Contemplan recursos naturales, culturales y humanos, así como un conjunto de servicios ofrecidos al turista. El punto de inicio y de fin del circuito es el mismo.” (MINCENTUR, 2015)

Un circuito turístico se denomina a unir a varios atractivos turísticos con la finalidad de degustar de cada uno de ellos en una secuencia, la misma que se desarrollara de manera ordenada, segura, cumpliendo con las perspectivas de los turistas, y es importante recalcar que un circuito turístico debe finalizar en el mismo punto de inicio.

City tour

City tour es una visita panorámica en autocar a los puntos más atractivos de una ciudad. Para realizar esta actividad es importante elaborar un cronograma de actividades que se desarrollará dentro del sector urbano, con la finalidad de acceder y observar los atractivos culturales, naturales e históricos, cabe

mencionar que también se realizan recorridos nocturnos donde se visitan los sectores de diversión. (Campoverde Cueva, 2013)

Al mencionar un city tour se puede determinar que es nada más que la visita de diversos atractivos turísticos que pueden ser: naturales, culturales, históricos, de diversión. Todo este desarrollo se lo debe realizar en un medio de transporte turístico que cumpla con las necesidades de los turistas.

Fundamentación de la subordinación conceptual de la variable independiente.

Transporte turístico

Se considera como “Transporte Turístico”, a la movilización de personas que tengan la condición de turistas de conformidad con la denominación otorgada por la Organización Mundial de Turismo, en vehículos de transporte terrestre debidamente habilitados, desde y hacia los establecimientos o sitios de Interés turístico, con objetivos específicos de recreación, descanso o sano esparcimiento, mediante el pago acordado libremente por las partes, que contemplará el arriendo del vehículo, con chofer y la prestación del servicio. (Acuña Pastrano, 2013).

Para el desenvolvimiento de la actividad turística en un medio de transporte o también denominado city tour, se debe contar con un cierto número de atractivos turísticos los cuales estén conectados coordinadamente en una secuencia ordenada, la cual se pondrá en marcha a través de un medio de transporte debidamente calificado y aprobado por las autoridades competentes para su correcto desarrollo con las normas y medidas de seguridad adecuados.

Transporte turístico

Por cubrir la distribución geográfica del desplazamiento turístico, el servicio de transporte es de vital importancia para el desarrollo turístico de un destino. Basado en ello, se espera generar investigaciones en este importante sector, por esta razón la presente investigación pretende describir la situación actual del servicio de transporte turístico de la Península de Paraguaná, visto a través de los actores gubernamentales competentes tanto de la actividad turística como del servicio de transporte en dicha localidad. El estudio es descriptivo, ex post facto, no experimental; se utilizaron como instrumentos para obtener la información, una lista de observación y dos entrevistas semiestructuradas. Los resultados indican aspectos positivos y por mejorar en materia de transporte turístico, tomando en cuenta el estado físico actual de la infraestructura y la posición de los actores locales en materia de transporte y rectores del ámbito turístico en la Península de Paraguaná. Se concluye que la zona en estudio, en relación al servicio de transporte turístico actual, no es competitiva, los destinos tienen que efectuar programas de mejoramiento continuo de su producto turístico. (Reyes de Velasco & Gutiérrez, 2010)

El transporte turístico es un instrumento de mucha importancia en el sector turístico, se sabe que sin los medios de transporte la actividad turística no se podría desdoblarse, si se hace mención a cualquier actividad turística a desarrollar se llega a la conclusión de que sería imposible en ninguna magnitud ni dimensión.

Transporte terrestre turístico

El servicio de transporte terrestre turístico es una de las actividades turísticas reconocidas en la ley de turismo del Ecuador que forma parte de la oferta de un destino y de acuerdo al marco legal ecuatoriano debe ser proporcionado por operadoras que estén debidamente calificadas y capacitadas para la prestación del mismo, reconocidas tanto por la Agencia Nacional de Tránsito, como por el Ministerio de Turismo del Ecuador. (Pilco Amanta, 2014)

El transporte terrestre turístico es parte del desplazamiento de las personas de un lugar a otro, y también es uno de los medios más utilizados a nivel mundial al interior de las ciudades, esto se debe a distintos motivos como por ejemplo el costo, las facilidades al momento de las conexiones entre sitios o entre paradas, las comodidades que brindan las unidades en el traslado, la diversidad de alternativas al seleccionar una determinada unidad.

Transporte marítimo turístico

Este tipo de transporte puede ser, a su vez, marítimo, fluvial o lacustre. El servicio de transporte marítimo se presta mediante servicio regular, crucero, transoceánicos, transbordadores, embarcaciones deportivas y de recreo, de flotamiento, hidrofoil e hidrofivio. El servicio de transporte fluvial se presta mediante servicio regular, servicio turístico, botes recreativos, deportivos, y de flotamiento. El servicio de transporte lacustre se presta mediante servicio regular, servicio turístico, lanchas deportivas y de recreo, y de flotamiento. (Vaca, 2013)

El transporte marítimo turístico al igual que la gran parte de transportes turísticos con los que se cuenta en la actualidad, tiene una gran diversidad de alternativas como son: cruceros, embarcaciones deportivas, flotamiento, fluvial entre otros, al momento en el cantón Ambato no existe una empresa de transporte turístico que realice city tours debidamente reguladas y capacitadas para brindar este servicio por lo cual se deja en acefalia a este sector que ayudaría al desarrollo turístico y a la diversificación de la oferta turística del cantón Ambato.

Transporte aéreo turístico

El transporte aéreo es un componente central del desarrollo turístico. Alrededor de 50 % de las llegadas de turismo internacional se

producen por esa vía, un porcentaje todavía más importante para los destinos de Centroamérica (55 %), América del Sur (54 %), y en especial para las islas del Caribe (98 %). El desarrollo y la competitividad del transporte aéreo es, por tanto, absolutamente crítica para el progreso turístico en América Latina, de la misma manera que el crecimiento de la industria aérea en la región depende en una gran medida de los avances del sector turístico. (Grupo Excelencias, 2010)

El transporte aéreo turístico, se sabe que es de vital importancia para el sector turístico porque sin este medio la visita de turistas extranjeros de país a país no se cumpliría de buena manera, por el contrario en una manera de transportar masivamente a las personas sean turistas o no de manera ordenada.

Atractivo turístico

Se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico. (Calderón Rivera, 2009)

Atractivo turístico

Según (Navarro, 2015) un atractivo turístico tiene un mismo objeto con distinta denominación según el sujeto que lo refiera. El autor señala que ambos suponen una «serie de características propia de «todo lugar que constituya un destino turístico»] que motive el desplazamiento temporal de los viajeros. Estas características desde el punto de vista del visitante se denominan atractivos turísticos, porque son los que llaman y atraen su atención. Desde el punto de vista de la región visitada, estos atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque constituyen lo que se puede ofrecer al visitante.

Conjunto de elementos, materiales naturales o artificiales que llaman la atención de propios y extraños, deben tener la capacidad de recibir a los flujos de personas que se desplazan del lugar habitual a otro que se la hace desconocido pero con la convicción de obtener distracción, seguridad, comodidad, estando fuera de su medio tradicional.

Atractivos naturales

Los atractivos naturales son considerados como un recurso natural, es decir, como un elemento de la naturaleza que satisface una necesidad humana, que el hombre puede separar de otros componentes de aquella y utilizarlo. (Seoáñez Calvo & Angulo Aguado, 1997).

Los atractivos naturales, se los puede encontrar en muchos lugares, talvez tradicionales y otros donde menos nos imaginamos todo depende del punto de vista de los visitantes, cabe mencionar que estos atractivos para convertirse en un

destino turístico debe contar con todas las facilidades u se requieren para poder desarrollarse el turismo en sí.

Atractivos culturales

Tienen que ver con participación humana. Su categoría es de Manifestaciones Culturales y se reconoce los tipos: Histórico, Etnográficos, Realizaciones técnicas, científicas y artísticas, Acontecimientos Programados, Folklor, Arquitectura, vestimenta, gastronomía, música y danzas, tradiciones, ceremonias, festividades, formas de vida, etc. Los atractivos turísticos de acuerdo a su grado pueden clasificarse en tres categorías básicas. (Núñez Cruz, 2015)

Los atractivos culturales son de mucha importancia al referirnos a nuestro cantón Ambato, por motivo de que cuenta con una gran riqueza cultural que se ha desarrollado de una manera que no ha llegado a sobresalir a nivel nacional e internacional, cabe mencionar que los atractivos culturales con los que cuenta principalmente la ciudad de Ambato están perfectamente preservados.

Atractivos religiosos

Los espacios de recepción de peregrinos, turistas religiosos y turistas seculares, representan la meta final o intermedia de un viaje en relación con los objetivos y motivaciones que mueven a visitar un destino determinado. Para un peregrino, todo el camino de peregrinación está dirigido hacia el destino final que es el lugar sagrado donde se produce la expresión religiosa de su identidad y se realiza el culto sagrado. Para los turistas, sean religiosos o no, este espacio puede ser representado por el lugar de la última etapa de su viaje o bien por aquellos que forman parte del recorrido. Los lugares sagrados, que han sido y siguen siendo lugares de peregrinación, en la sociedad moderna de progreso técnico, industrial y social se han convertido en sitios turísticos. (Hakobyan, 2011)

El turismo relacionado con el ámbito religioso o también llamado turismo religioso depende de las creencias religiosas, sus expresiones representaciones costumbres etc... El turismo religioso no se ha puesto en marcha de manera adecuada con la excepción de la ciudad de Quito y Cuenca.

Servicios turísticos

Aquellos que componen la Planta Turística, son todas las facilidades establecidas alrededor de los atractivos turísticos, su finalidad es brindar asistencia a los visitantes, logrando satisfacer sus necesidades durante su estadía. Así, los servicios que el turista requiere durante su desplazamiento son: transporte, alojamiento, alimentación y recreación. (Constante Mejía, 2013)

Son el conjunto de facilidades turísticas que promueven el correcto desempeño de la actividad turística, si bien es cierto estos deben estar debidamente calificados equipados y puestos a disposición de los que adquieren el servicio.

Se determina que si existen las facilidades de manera adecuada la demanda o la afluencia de los visitantes será en un número que satisfaga al prestador de servicio.

Transporte

Se considera como "Transporte Terrestre Turístico", a la movilización de personas que tengan la condición de turistas de conformidad con la denominación otorgada por la Organización Mundial de Turismo, en vehículos de transporte terrestre debidamente habilitados, desde y hacia los establecimientos o sitios de interés turístico, con objetivos específicos de recreación, descanso o sano esparcimiento, mediante el pago acordado libremente por las partes, que contemplará el arriendo del vehículo, con chofer y la prestación del servicio. El contrato de transporte terrestre turístico vincula exclusiva y directamente al contratante y a las personas naturales o jurídicas, que cuenten con los permisos otorgados por la Comisión Interinstitucional de Transporte Terrestre Turístico. (Pasquel Quevedo, 2012)

Es una herramienta indispensable para el turismo, se la realiza de manera organizada y brindando las seguridades que requiere y represente la OMT, además la encargada de homologar a los transportes en nuestro país son la ANT, es aquella que verifica, controla y vela por la seguridad de los que hace uso de estas unidades.

Alimentación

Su objetivo debe ser siempre el bienestar del hombre, aun cuando se trate de un servicio de alimentación comercial. La responsabilidad que esto implica es muy grande y abarca tanto a los usuarios y al personal que labora en él. (Dolly Tejada, 2007)

Una de las necesidades biológicas es sin lugar a duda la alimentación y sin miedo a exagerar el más importante proceso que debemos cumplir las personas, sin el cumplimiento adecuado o la falta del mismo causa se puede llegar a la muerte, y en el gran mundo del turismo el cumplir con este servicio ayuda a brindar un servicio de calidad.

Hospedaje

Hace referencia al servicio que se presta en situaciones turísticas con el fin de pernoctar, consiste en permitir que una persona o grupo de personas

acceda a un albergue a cambio de una tarifa. Se relaciona a facilitar alojamiento o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios. Atender a alguien con un hospedaje, es decir, con la posibilidad de dormir bajo techo. (Rengifo Chacón, 2011)

El hospedaje se remonta desde la época primitiva, sin pensar nuestros antepasados y aborígenes se trasladaban de un lugar a otro por distintos motivos pero principalmente por las estaciones climáticas y por cuestiones de alimentación.

Guianza

Esta técnica está capacitada para dar un gran apoyo a nuestros visitantes, pero también ayuda a la comunidad dejando ingresos económicos también con ayuda a las otras personas que tienen negocios. En la visita se da un promedio de 65.3% de que las ventas aumentarían gracias a las empresas de turismo encargadas de traer visitantes a las localidades. (Sanches, 2009)

Un aporte que se recibe al realizar turismo de cualquier índole es la guianza, esta es la encargada de proporcionar un servicio de apoyo o ayuda a los visitantes con explicaciones acordes a los sitios de visita, este debe estar debidamente capacitado en distintos ámbitos como por ejemplo: idiomas, historia etc.

Actividades turísticas

Las actividades turísticas encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo ocio y/o vacacional, forman parte de la oferta turística y comprende toda una serie de productos, servicios y actividades en los que el propio turista es agente activo y pasivo de la propia actividad turística a desarrollar. (Canarias)

Las actividades turísticas son muchas y cada una varía dependiendo su lugar geográfico o el tipo de atractivo turísticos posee, en todas aquellas el actor principal y del que depende toda actividad turística son los turistas, visitantes, viajeros, los cuales dejan su lugar habitual para vivenciar nuevas sensaciones, o innovar experiencias que sean difíciles de olvidar.

Compras

El Turismo de Compras es un concepto emergente, con una evolución relativamente reciente. Una aproximación al concepto sería la definición de turismo de compras como una forma contemporánea de turismo realizado por individuos para los que la adquisición de bienes fuera de su lugar de residencia es un factor determinante (aunque no necesariamente único) en su decisión de viajar. Hasta hace relativamente poco no se

consideraba “ir de compras” como una actividad de ocio, pero actualmente, el “consumo no es sólo algo relativo a los productos, sino que se consumen lugares, espacios y tiempo”. Las compras constituyen en sí una actividad turística o experiencia viajera, como la visita a museos, las excursiones o el descanso en la playa. (España, 2014)

Con la evolución de nuestro mundo, van naciendo nuevas alternativas de turismo, una de ellas es el turismo de compras es relativamente nuevo por su concepción y desarrollo en lugares donde antes no se lo ha visto de manera positiva que genera cuantioso movimiento económico y además incontable traslado de personas por este motivo.

Negocios

Turismo de negocios: Conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales, llevadas a cabo en reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes. Puede ser individual o grupal. El turismo de negocio grupal incluye congresos, convenciones, conferencias, ferias, etc. (Sectur, 2010)

El turismo de negocios es por lo general de un target medio alto, se desarrolla en lugares de preferencia formal para tratar asuntos laborales, para los prestadores de servicio es un direccionamiento de gran valor monetario y por ende un prestigio que será de gran ayuda para el establecimiento, por el contrario también puede ser un total peligro si no se cumple con las necesidades de los turistas.

Esparcimiento

Por esparcimiento se entienden experiencias en que las personas viven significados (dimensiones) valorados que las hacen ser, crecer, trascender, expandirse, extenderse o esparcirse y por lo tanto gozar. Estos significados se construyen y se viven en procesos interactivos simbólicos. Consecuentemente, la teoría sociológica denominada Interacción Simbólica y entendida como experiencias de interacción humana mediada por el lenguaje y otros símbolos, es útil para entender como emergen los significados en las experiencias de esparcimiento. (Funlibre, 2006)

Esparcimiento, deseo de la mayoría de personas, en el mundo a pasos gigantes se mueve de un lugar a otro por distintos motivos pero en este caso las personas viven en un estrés muy complejo por lo que esperan con ansias sus momentos de esparcimiento y descanso.

Caminatas

La caminata es una actividad física que mejora nuestra calidad de vida, se puede realizar a cualquier hora del día en un lugar abierto, solo o acompañado. Ayuda a mantener en perfectas condiciones el sistema cardiaco y es muy importante para la salud en general, pues es una actividad en la que participan todos los sistemas humanos. (Blogspot, 2009)

Las caminatas son una de las actividades del turismo que son gratificantes para el cuerpo humano, se debe tener muchas medidas para poder desempeñar esta actividad. Por lo general se desarrolla en lugares que comprende a la naturaleza y se requiere un actividad física y mental para no tener inconvenientes.

Fotografía

La fotografía en sí es un arte y el fotógrafo es aquel ser sensible que está en permanente contacto con la cultura visual para reproducirla en sus fotografías. Como la etimología indica: “escribe con luz”. (Cirujeda, 2010)

La fotografía tiene como principal objetivo plasmar e inmortalizar momentos, paisajes, y cosas que se nos hacen infinitamente agradables que desearíamos volverlos a vivir, en el turismo la fotografía es muy importante .

Cicloturismo

Es el turismo que se practica usando la bicicleta como medio de transporte. Aúna el ejercicio físico con la búsqueda del medio natural, del arte, de la historia, las costumbres y la forma de vida de lugares, por lo general, situados a distancias de unas decenas de kilómetros. (Ancel, 2013)

Este aparte de ser un deporte si se lo maneja adecuadamente y en los lugares adecuados con armonía con el ambiente, se dice que conlleva a una especial tranquilidad y satisfacción, el cicloturismo es parte del turismo que se realiza en nuestro país de muy buena manera un ejemplo claro y cercano es el cantón Baños.

INFORMACIÓN TURÍSTICA

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, según se necesite para escoger unas vacaciones o bien para preparar los servicios cara a la temporada de verano. (Hender, y otros, 2011)

Trípticos

Estos tres pliegues conforman tres hojas, que dan a su vez un total de seis páginas o partes para transmitir un mensaje de comunicación. Las medidas de un folleto tipo tríptico son de 99mm x 210 mm por cara (ancho por alto) , para un total de 297×210 mm. que conforma el DIN A4. (OPEN, 2014)

Como un método o una herramienta del marketing los trípticos causaron un impacto de fácil manejo y de sencillo alcance, para pequeños y medianos prestadores de servicios son de mucha ayuda para promover su incremento de turistas en sus registros. Para tener una idea clara de lo que es y en que nos puede ayudar el manejo de los trípticos hay q resaltar que consta de tres partes debidamente distribuidas con la información.

Dípticos

El objetivo de un díptico publicitario en forma de folleto tiene el objetivo de crear mayor interés en la población, pudiendo captar nuevos clientes si el impreso está bien diseñado y distribuido. (OPEN, 2014)

Existen también muchos métodos de difusión de la información turística, los dípticos son una buena opción para cumplir con esta finalidad de manera ágil rápida y de un costo menor en relación a otros métodos de marketing.

Blogs

Un blog, también llamado bitácoras o weblog, es un sitio web donde uno o varios autores (bloggers) publican regularmente artículos (llámense entradas o posts) de temas muy variopintos que son ordenados cronológicamente, de más actual a menos. Debajo de cada entrada se ofrece un espacio donde los lectores pueden dejar sus comentarios y varios botones para compartir el contenido en la social media. (López, 2013)

La tecnología ha evolucionado de una manera agigantada, si bien hoy en día todas las personas turistas o no turistas manejan o están en contacto con las redes sociales y en general con la web, y para el ámbito turístico se ha convertido en un puntal clave para promocionar y como un canal de difusión de la información de nuevas alternativas de turismo.

Fundamentación Teórica Variable Dependiente

Turismo

“Conjunto de técnicas y actividades encaminadas a atraer y satisfacer las necesidades y motivaciones de los turistas en sus desplazamientos vacacionales. Por extensión, organización de los medios conducentes a facilitar estos viajes.” (Montaner, Antich, & Arcarons, 2010)

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (Padilla, 2012)

“Turismo es la suma total de operaciones, especialmente económicas, que se relacionan directamente con la entrada, estadía y movimiento de visitantes foráneos dentro y fuera de cierto país, región o ciudad.” (Ascanio, 2012)

El turismo es el desplazamiento de los individuos de su residencia habitual por menos de 1 año y más de 24 horas por motivos recreacionales donde estas interactúan con personas conociendo sus costumbres y tradiciones y a su vez poniendo en práctica sus actitudes sin ejercer una actividad de lucro en el sector siendo generadores de actividades económica para la comunidad o sector visitado. Este movimiento de personas dinamiza la economía de una localidad por lo que es necesario buscar otras alternativas turísticas para que diversifique la oferta y así satisfacer las necesidades con calidad.

Mercado turístico

Se define como mercado turístico la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos. Además, de incluir los elementos, medios, actividades y flujos de interacción, diseñados para facilitar el intercambio de las propuestas de los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los consumidores. (Socatelli)

La singularidad de los mercados turísticos se relaciona también con las formas de comercialización puesto que, por definición, oferentes y demandantes residen en lugares diferentes y de ahí el papel de los intermediarios (agencias y tour operadores), así como las posibilidades de contacto directo a través de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Por último, otra de las características de los mercados

turísticos es que no pueden entenderse al margen de los recursos de atracción en el destino (monumentos, museos, clima, playas, pistas de esquí, etc.). (los mercados turísticos, 2002)

El mercado turístico es el lugar donde se relaciona la oferta y demanda; la oferta poniendo a disposición sus productos y servicios con sus debidas promociones captando el interés de los visitantes y la demanda pone su ente económico mediante la adquisición de estos servicios, además de estos actores están vinculados las agencias de viajes como entes promotores de la actividad turística sin dejar a un lado la tecnología herramienta actualmente principal para difundir y que es manejada por los usuarios.

Oferta turística

La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado. De igual manera, parte de la oferta turística es la estructura que “es el conjunto de recursos que se desarrollan sobre la infraestructura en la prestación de los servicios turísticos”. (Jimenez Medina, 2015)

La oferta turística son productos turísticos estructurados y enfocados a los diferente targets turísticos o mercados turísticos que acude a un sector dinamizando la economía de la localidad, estos servicios deben satisfacer las necesidades del usuario con la debida seguridad del caso. De estos servicios dependerá el retorno del turista y consigo buenas recomendaciones para que visiten la localidad, todo surge de la oferta turística para obtener rentabilidad y continuar en el ámbito turístico.

Fundamentación de la subordinación conceptual de la variable independiente.

Planta turística

La Planta Turística, son aquellas empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.). Estos servicios suelen darse en el destino a excepción de las agencias de viajes emisoras, que actúan en el lugar de origen. (Chuman Maldonado, 2011)

La planta turística se dice que son aquellos servicios que facilitan o cubren las necesidades de los turistas, existen gran diversidad de opciones al momento de seleccionar los servicios que se requiere como por ejemplo: alojamiento donde se puede descansar después de las actividades turísticas, restauración aquel que en de vital importancia en el desarrollo de la actividad, esparcimiento más conocido como las actividades a realizar y por último el desplazamiento de un lugar a otro.

Estructura turística

Parte de la economía que estudia y analiza la realidad económica del turismo basada en el mercado, donde confluyen la oferta de productos y servicios (recursos, infraestructuras, etc.) de las empresas de este sector, y la demanda (turistas) que está interesada y motivada en consumir esos productos y servicios. (Montaner, Antich, & Arcarons, 2010)

La estructura turística es un catalizador para investigar la economía que genera el turismo, en nuestro país se ha tomado al turismo como un eje fundamental para cambiar los medios por los que el país es dependiente como es el petróleo y sus derivados, el turismo como fuente de ingresos en más cuidadoso con nuestro entorno y si se lo manipula de manera adecuada puede llegar a convertirse en uno de los principales ingresos que sustenten al país.

Hoteles

El hotel es un edificio equipado y planificado para albergar a las personas de manera temporal. Sus servicios básicos incluyen una cama, un armario y un cuarto de baño. Otras prestaciones usuales son la televisión, una pequeña heladera (refrigerador) y sillas en el cuarto, mientras que otras instalaciones pueden ser de uso común para todos los huéspedes (como una piscina, un gimnasio o un restaurante). (Gamboa Guadalupe, 2012)

Un establecimiento de forma vertical que alberga a personas de manera temporal que se trasladan a un lugar diferente de su lugar de origen, esta debe contar con ciertas características para proporcionar al cliente o turista, existe una clasificación de los hoteles en función de parámetros rigurosos de las autoridades que rigen este sector.

Hosterías

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar

otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. (MINTUR, 2016)

Por otro lado las hosterías pueden ser o poner a consideración habitaciones o cabañas según los requerimientos, presta el servicio de alimentos y bebidas de ser necesario y es muy acogedor para sus visitantes.

Restaurants

Restaurante.- "aquel establecimiento que dispone de cocina debidamente equipada y zona destinada a comedor, con la finalidad de servir al público, mediante precio, comidas y bebidas para ser consumidas en el propio local. En el desarrollo de su actividad, ofrecerán básicamente almuerzos y cenas de elaboración compleja, aunque podrán ofrecer cualquier otro servicio que de forma habitual se preste en los bares-cafeterías; e incluso podrán prestar el servicio de venta de comidas y bebidas para llevar y servicio a domicilio". (Gamboa Guadalupe, 2012)

Es el establecimiento que dispone de alimentos que son elaborados en sus modernos equipamientos con los que estas cuentan hoy en día, los precios varían según el tipo de platillos, las comodidades, y principalmente el servicio que brinda su personal, también tienes una clasificación de acuerdo a sus servicios, todo con el objetivo de cumplir con las especificaciones de sus comensales.

Infraestructura turística

La Infraestructura Turística: La infraestructura turística es una modalidad de la infraestructura general del país y forma parte ineludible de la oferta turística. Los costos que involucra son elevados y constituyen un obstáculo para el desarrollo del turismo. Esto obliga a construir sólo en lugares realmente justificados y en proporción requerida por la demanda. (Gamboa Guadalupe, 2012)

La infraestructura turística debe estar a la par de la tecnología, en buen tener en cuenta que si se cuenta con una infraestructura turística se tendrá excelentes resultados en la actividad turística sea cual fuera la actividad.

Vías

"Vialidad.- El concepto de vialidad abarca todos los medios directos, en las que encontramos "vías" que pueden ser tanto de comunicación y transporte, los medios por donde encontramos estas vías pueden ser el agua, el aire y la tierra." (Gamboa Guadalupe, 2012)

Las vías o también conocida las arterias que conectan a los diferentes actores del país entre si son un aleado estratégico de la actividad turística.

Es bueno destacar que nuestro país, provincia y cantón cuenta con una gran red vial de primer nivel, las vías son parte de las facilidades turísticas con las que debe contar un atractivo turístico para convertirse en un potencial destino a ofertar.

Servicios básicos

Definir con precisión que es un servicio básico, para una población no es fácil, pero se podemos decir que, que para nuestros pueblos, disponer de agua potable, disponer de servicios médicos eficientes y gratuitos, de educación de calidad, en todos los niveles, primario, secundario y académico sin costos, disponer de energía eléctrica de manera permanente, tener acceso a la justicia, sin dilación e imparcial, tener acceso a la protección policial en las ciudades y el campo, poder circular por las vías estables, sin huecos, de verano e invierno, son servicios básicos indispensable, para que nuestros pueblos puedan crecer física, cultural y económicamente y así puedan vencer la pobreza y el buen vivir sea una realidad. (De la Torre Alcívar, 2009)

Los servicios básicos, muy aparte de ser un servicio es un derecho de todas las personas, al hablar del turismo este un ejemplo que refleja la importancia del mismo, el líquido vital se requiere en toda actividad turística, si tomamos en cuenta que se lo utiliza para todas las actividades que realizamos voluntaria e involuntariamente, solo por citar un ejemplo cabe reflexionar en la importancia de cada uno de los servicios básicos y mucho más en el turismo.

Segmento de mercado

El segmento de mercado es aquella parte del mercado definida por diversas variables específicas que permiten diferenciarla claramente de otros segmentos. A medida que se considera una mayor cantidad de variables para definir cualquier segmento de mercado, el tamaño del segmento se reduce y las características de este son más homogéneas. (Erazo Cicedo, 2012)

Es una parte de un todo en este caso llamado mercado, cada parte se puede diferenciar claramente de otros, y se pueden llegar a identificar por características similares por las cuales están agrupadas.

Nicho de mercado

Un nicho de mercado es el término de mercadotecnia utilizado para referirse a la porción de un segmento de mercado en la que los individuos

poseen características y necesidades semejantes, y donde estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta general del mercado. En este sentido, un nicho de mercado, debido a su pequeña dimensión, es generalmente despreciado por las grandes empresas, constituyendo, por ello, una excelente oportunidad para las pequeñas empresas, que allí pueden escapar del dominio de aquellas y lograr una posición de liderazgo. (Chirinos, 2011)

Se refiere a un determinado sector en el cual existen características similares, al sectorizar o puntualizar en un determinado grupo debemos enfatizar en las necesidades, los requerimientos, las costumbres que tiene este determinado sector.

En el turismo al hablar de nicho de mercado se refiere a un target, a un límite de edad, a un sector geográfico con igualdad de requerimientos en el ámbito turístico.

MARKETING TURÍSTICO

“El marketing es una herramienta que permite conocer las técnicas que se deben aplicar para mejorar la comercialización de nuestro producto o servicio mediante el estudio en profundidad del mercado de consumo”. (Cabarcos Novas, 2011)

El marketing turístico hoy en día es de vital importancia para el desarrollo turístico, debido a la evolución constante que tenemos en este mundo globalizado se tiene hoy en día muchas más herramientas para promocional e un producto o servicio, de acuerdo al mercado que se quiere llegar se deben tomar directrices para llegar a un punto determinado, pero cabe recalcar que la web hoy en día es el método más efectivo para dicho fin.

Definición de marketing turístico

El marketing puede definirse desde tres ópticas diferentes: por un lado, considerado como una ciencia, debido a que diseña y utiliza una serie de herramientas y métodos de análisis para descifrar y entender al hombre en sociedad; en una segunda instancia, se lo identifica como un proceso del pensamiento, en el que de manera creativa y racional intenta entender al hombre como consumidor, a través de cuestiones operativas, tácticas, estructurales y formales; y por último, es conceptualizado como el arte de la interpretación y comunicación de significados, en el que capta las vivencias y emociones humanas

y comunica significados que se visualizan en la mente de los individuos. (Pinassi, 2012)

Es una técnica que ayuda a una mejor comercialización de un producto turístico, hoy existen muchas herramientas tecnológicas para el mejor desempeño del marketing.

En el mundo globalizado en el que nos desenvolvemos se utiliza el marketing en todo ámbito y mayor aun en un enfoque turístico..

Producto

“El producto es el medio para satisfacer las necesidades del consumidor. Es el instrumento fundamental de la estrategia comercial de la empresa. El producto no es lo que se vende, sino lo que el cliente desea comprar”. (Cabarcos Novas, 2011)

En el proceso de la producción turística, uno de los retos más interesantes para las personas y empresas vinculadas a la actividad, es la creación de nuevos productos turísticos, de los cuales se espera que sean novedosos, pertinentes y rentables en el amplio espacio de la oferta y la demanda. Aunque pareciera que ya no hay cómo ni en dónde crear nuevos productos, la realidad y el desarrollo de la actividad muestra que sí es posible; por consiguiente, cabe recordar que para ser novedoso y oportuno en la creación de nuevos productos, se requiere ser... un buen observador, un atento lector del sujeto turista y realizar un permanente análisis de las tendencias del mercado que permita identificar en dónde están las oportunidades, la demanda y su relación con los recursos en el núcleo receptor, trátase de una región, un municipio, un parque natural o una playa. Todo ello buscando siempre una meta única tanto para el turista como para el núcleo receptor: beneficio social y económico. (Barbosa, 2007)

Se denomina producto al conjunto de facilidades y atractivos turísticos que se oferta a los turistas, estos pueden ser; naturales, culturales, de diversión, deportivos, de compras entre otros, todos estos tienen el objetivo de cumplir con las necesidades de los turistas.

Precio

“El precio es algo más que un valor de intercambio, es un componente que no se puede considerar individualmente, sino que se debe considerar en relación con los otros aspectos del mix de marketing (producto, distribución y promoción)” (Cabarcos Novas, 2011)

Existe un dicho que todo en la vida tiene un precio, pues el turismo no es la excepción toda actividad turística tiene la finalidad de lucro siempre y cuando preste las seguridades del caso la comodidad y todas las facilidades que sean necesarias.

Se debe tener en cuenta que el precio depende de la calidad del producto.

Plaza

Esta política tiene un papel estratégico fundamental, ya que de ella depende que el producto o servicio llegue al segmento de mercado adecuado, en el momento justo. Su objetivo poner al alcance de los consumidores las distintas ofertas de las empresas y prestatarios de servicios turísticos. (Cabarcos Novas, 2011)

Es muy importante porque de esta depende que el producto llegue al segmento de mercado adecuado o también denominado nicho de mercado, se debe contar con un previo estudio de mercado y de acuerdo a estos resultados se puede determinar a donde estará direccionado cierto producto turístico.

El cantón Ambato es una excelente plaza para poner en marcha un city tour.

Promoción

Promoción es el conjunto de actuaciones integradas dentro de un plan de marketing que sirve para alcanzar los objetivos específicos a través de estímulos limitados en el tiempo y en el espacio y cuyos principales destinatarios serán los consumidores, vendedores, intermediarios, prescriptores, etc. (Cabarcos Novas, 2011)

Es parte del marketing, se realiza una aleación estratégica para poder vender un producto turístico de mejor manera con la finalidad de conseguir mayor afluencia y por ende mayores réditos económicos.

2.5 HIPÓTESIS

Un City tour como un producto alternativo si diversificará la oferta turística del cantón Ambato provincia de Tungurahua.

Un City tour como un producto alternativo no diversificará la oferta turística del cantón Ambato provincia de Tungurahua.

2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

Variable independiente: City tour

Variable dependiente: Oferta turística

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque básica de la Investigación

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque cualitativo porque en función de esta metodología, se tiene por objetivo describir las cualidades y beneficios de esta iniciativa. Es importante mencionar que no solamente se requiere probar los fines a los que puede conllevar este acontecimiento, sino descubrir la diversidad de fines que sean posibles, y a la vez se integra el enfoque cuantitativo; debido a que se desea establecer estadísticamente cuales son los resultados que esta proyecte. Para Bernal (Berbal Torres, 2010) la investigación cuantitativa se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo debido a que se realizaran un conteo de los recursos turísticos que la parroquia posee, así como también la accesibilidad de cada uno, lo cual servirá de mucho apoyo para crear un producto turístico.

3.2 Modalidad Básica de la Investigación

De campo

Es una investigación de campo que se realiza en el cantón Ambato, para analizar los aspectos positivos o negativos de un city tour.

De intervención social

Es crucial que exista el contacto directo con los habitantes del cantón y con los turistas que visitan el mismo, sus aportaciones u opiniones son de gran importancia para el presente trabajo de investigación.

Bibliográfica/documental

Es una investigación bibliográfica/documental porque el presente trabajo recopila información de; libros, revistas, trípticos, documentos e internet. Además la investigación de campo tiene un carácter imprescindible, por lo que es necesario el traslado a los lugares establecidos para la realización de encuestas.

3.3 Nivel o Tipo de Investigación

Esta investigación alcanzó los niveles: exploratorio, descriptivo y explicativo.

Exploratorio.- El presente trabajo tiene un nivel de investigación exploratorio, ya que la investigación se desarrolló en un sector global que no ha sido investigado, en este caso, el aporte a la diversificación de la oferta turística. De esta manera se toma como referencia (Villalba, 2009) quien dice que la investigación exploratoria es una actividad preliminar, por medio de ella se realiza el examen de un tema o problema de investigación poco estudiado, o que no ha sido abordado antes. Esta investigación utiliza la observación inmediata del área o de los elementos que caracterizan al objeto que va hacer investigado.

Descriptivo.- El trabajo de investigación a realizarse es descriptivo, porqué para recolectar información se recurrió a diferentes fuentes de información, para con posterioridad describir propuestas que solucionen el problema central, en base a las particularidades encontradas. Haciendo referencia a (Villalva, 2009) manifiesta que la investigación descriptiva busca caracterizar las propiedades importantes de personas, grupos o comunidades o cualquier otro elemento-fenómeno que pueda ser sometido a un análisis. Cuando describimos estamos aprehendiendo las múltiples partes de un objeto de estudio. Esta captación sirve para profundizar el conocimiento objetivo y más tarde elaborar ciertos conceptos, leyes y categorías.

Explicativo.- Se basa en explicar el comportamiento de las variables, desde el punto de vista individual y correccional.

3.4 POBLACION Y MUESTRA

3.4.1 Población

La investigación de campo se realizará a todo el universo de estudio, en vista que es un número mínimo (20 personas), por lo que no es necesario establecer una muestra, cabe recalcar que las personas que van a ser encuestadas son expertos en el ámbito turístico por lo cual se podrá obtener una información más fidedigna y confiable para la presente investigación.. Esta muestra como indica (Herrera, Medina, & Naranjo, 2014) de tipo no probalístico intencional porque se toma en cuenta el criterio del investigador, en forma justificada quienes conforman la muestra, en base a tales consideraciones se busca que los 20 individuos sean conocedores de la actividad turística como indica la siguiente tabla.

3.4.2 Muestra

La presente muestra ira dirigida únicamente a las personas que se involucran dentro del ámbito turístico y cuyo aporte será de importancia relevante para la investigación.

Debido a aquello la población es reducida y no se extraerá una muestra y la encuesta se aplicara al total de la población para obtener un alto nivel de veracidad de la información requerida para la investigación.

La presente investigación tomo como universo a los especialistas involucrados en el turismo en el cantón Ambato y se detallan posteriormente.

Tabla 1: Muestra

Entidad	Número de Entidades	Nº Representantes
Departamento de cultura, turismo, deporte y recreación.	1	6
Unidad de turismo del gobierno provincial de Tungurahua.	1	6
Dirección provincial de turismo de Tungurahua.	1	3
Cámara de turismo de Tungurahua.	1	4
CONAGOPARE	1	1
Total		20

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Tabla 2: Especificación de la población

Entidad	N	Nombre	Cargo
	.		
	-		
Departamento de cultura, turismo, deporte y recreación.	6	Dr. Carlos Quinde	Director del departamento de cultura, deporte
		Giovanni Espinosa	Técnico de turismo
		Rous Tunja	Técnico de turismo
		Sebastián Naranjo	Técnico de turismo
		Ing. Fausto Valverde	Gestión turística
Unidad de turismo del gobierno provincial de Tungurahua.	6	Lic. Yadira Proaño	Promoción cultural y turística
		Ing. Danilo Arostegui	Producción unidad de turismo
		María Emilia Castellanos	Producción unidad de turismo
		Miriam Salazar	Producción unidad

			de turismo
		Patricio Asadobay	Información turística
		Catherine Pailiallo	Información turística
		Rafael Sánchez	Información turística
Dirección provincial de turismo de Tungurahua.	3	Marco Tiban	Dirección provincial de turismo de Tungurahua.
		Carlos Tapia	Dirección provincial de turismo de Tungurahua.
		Fredy Machado	Dirección provincial de turismo de Tungurahua.
Cámara de turismo de Tungurahua.	4	Eduardo Calbache	Director
		Tatiana Carrillo	Ejecutivo de la cámara provincial de Tungurahua
		Ing. Mónica Suarez	Presidenta
		María Soledad Naranjo	Economista de la cámara provincial de Tungurahua
CONAGOPARE	1	Lic. Fidel López	

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

3.5 Operacionalización de las variables-Variable Independiente: “City tour”

Gráfico 5: Operacionalización de las variable Independiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas instrumentos
City tour es una visita panorámica en autocar a los puntos más atractivos de una ciudad. Para realizar esta actividad es importante elaborar un cronograma de actividades que se desarrollará dentro del sector urbano, con la finalidad de acceder y observar los atractivos culturales, naturales e históricos, cabe mencionar que también se realizan recorridos nocturnos donde se visitan los sectores de	Visita panorámica	Accesibilidad Localización	¿Considera usted, que la accesibilidad a un city tour ayude a fortalecer los atractivos turísticos existentes en el cantón Ambato? SI () NO () En parte () A su criterio, ¿Qué horario seleccionaría para desarrollar un city tour? La mañana() La tarde () La noche ()	Encuesta Cuestionario
	Autocar	Comodidad Tiempo Seguridad	A su criterio, ¿Ordene según el grado de importancia los siguientes elementos con los que deberá contar el transporte turístico en el city tour? Guía turístico () Aire acondicionad () Wifi () Comodidad () Vista panorámica ()	Encuesta Cuestionario

diversión. Cueva, 2013)	(Campoverde	Atractivos	Naturales	¿Según su óptica, valore los atractivos	Encuesta
			Culturales	turísticos culturales que posee el cantón	Cuestionario
			Religiosos	Ambato? Valorar en una escala del 1-5(Siendo el número 1 el valor mínimo y 5 el valor máximo)	
				Museo del colegio bolívar	
				Museo provincial casa del portal	
				Museo casa de Montalvo	
				Casa museo Edmundo Martínez Mera	
				Museo pachano Lalama	
				Quinta de Montalvo	
				Quinta de Juan León Mera	
				Casa museo Martínez Holguín	
				Jardín Botánico Atocha la Liria	
				Iglesia La catedral de Ambato	
				Iglesia la Merced	
				Iglesia de la Medalla Milagrosa	
				Iglesia de Santo Domingo	
				Iglesia de San Francisco	
				Monumento a la Primera Imprenta	
				Iglesia del Señor del Consuelo(Pinllo)	
				GAD Municipalidad de Ambato Edificio	

Matriz (Explanada)

Actividades	Culturales	¿Cree usted que a través de la generación	Encuesta
	Naturales	de un city tour se puede incrementar la	Cuestionario
	Recreativas	oferta turística hacia el cantón Ambato?	
	Intelectuales	SI () NO () En parte ()	

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

3.6 Operacionalización de la las variables- Variable dependiente “Oferta Turística”

Gráfico 6: Operacionalización de la variable dependiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas e instrumentos
Según la OMT la oferta turística es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo, siendo un destino turístico, algo más que la suma de los productos turísticos que contiene, ya que representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino, etc.	Productos turísticos	tangibles	¿Cree usted que el cantón Ambato cuenta con recursos, bienes y servicios competitivos para el mercado turístico? SI () NO () En parte ()	Encuesta Cuestionario
	Servicios turísticos	La satisfacción Justo a tiempo Adelantarse	¿Considera usted, que el cantón Ambato cuenta con atractivos turísticos que pueden ser considerados como un destino turístico? SI () NO () En parte () ¿Según su óptica, ¿considera usted que se debe diversificar la oferta turística en el cantón Ambato? SI () NO () En parte ()	Encuesta Cuestionario
	Disfrute	Mercado	¿Según su experiencia, cree usted que un	Encuesta
	Consumo	Economía Necesidad	city tour en el cantón Ambato sería un producto competitivo en el mercado turístico? SI () NO () En parte () Según su óptica, ¿Qué precio considera usted apropiado para un servicio de city tour	Cuestionario

que cuenta con: guía turístico, visita a 7
lugares turísticos culturales, transporte en
bus panorámico cómodo y lunch ?

-25 () 25-30 ()

31-35 () 36-40 ()

+ 40 ()

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

3.7 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

El plan de recolección de la información contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de la investigación, de acuerdo con el enfoque escogido.

Tabla 3: Plan de Recolección de Información

PREGUNTA BÁSICA	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación.
2. ¿De qué personas u objetos?	Autoridades de turismo.
3. ¿Sobre qué aspectos?	Implementación de un city tour y la diversificación de la oferta turística
4. ¿Quién?	Investigador
5. ¿Cuándo?	Septiembre 2016-Marzo 2017
6. ¿Dónde?	Cantón Ambato, provincia de Tungurahua
7. ¿Cuántas veces?	Una vez
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
9. ¿Con qué?	Cuestionario estructurado
10. ¿En qué situación?	En el sitio de trabajo de los investigados.

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

3.8 Plan de procesamiento y Análisis

Una vez que se ha recolectado la información mediante la aplicación de la encuesta en el cantón Ambato se procede a plantear el siguiente plan de información:

Para el procesamiento de información

- Revisión crítica de la información recogida, es decir limpieza de la información contradictoria, incompleta o no pertinente.
- Repetición de la recolección de la información en ciertos casos individuales, para corregir fallas de la ejecución de la ficha.
- Tabulación de la información recogida.

Para el análisis e interpretación de resultados

- Análisis de los resultados estadísticos destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos y la hipótesis planteada.
- Interpretación de los resultados.
- Representación gráfica de los resultados con la utilización de pasteles.
- Comprobación de la hipótesis.
- Establecimiento de las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de datos

Encuesta realizada a personas especializadas en el sector turístico del cantón Ambato.

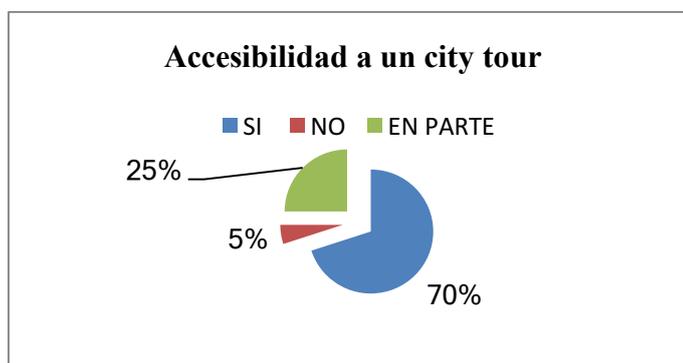
Pregunta N° 1: ¿Considera usted, que la accesibilidad a un city tour ayude a fortalecer los atractivos turísticos existentes en el cantón Ambato?

Tabla 4: Pregunta 1

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	70%
NO	1	5%
EN PARTE	5	25%
TOTAL	20	100%

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Gráfico 7: Presentación gráfica 1



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Análisis: De acuerdo a la encuesta realizada el 70%, menciona que la accesibilidad a un city tour si ayudará a fortalecer los atractivos turísticos existentes en el cantón Ambato lo que comprende a 14 personas, mientras que el 5% dice lo contrario, por otro lado el 25% manifiesta que en parte un city tour ayudara a fortalecer los atractivos turísticos existentes en el cantón Ambato.

Interpretación: La mayoría de las personas encuestadas afirman que la accesibilidad a un city tour, si ayudara a fortalecer los atractivos turísticos en el cantón Ambato, pero sin embargo una parte de la población también considera que no sería esta la mejor opción y por otro lado un pequeño porcentaje opina que esto se puede viabilizar en parte, cabe recalcar que esto lo dijo una minoría.

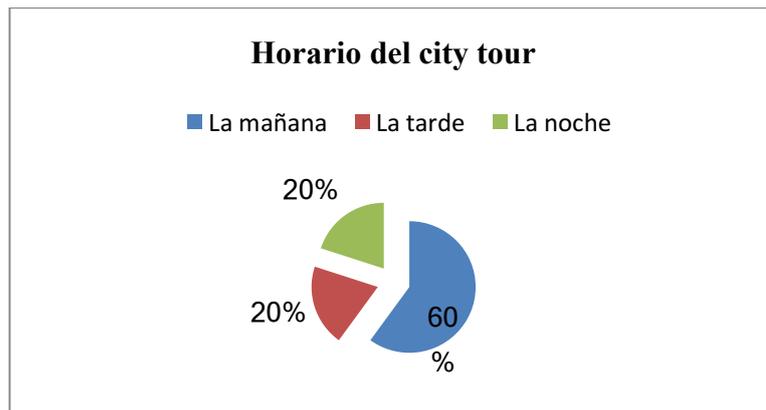
Pregunta N° 2: A su criterio, ¿Qué horario seleccionaría para desarrollar un city tour?

Tabla 5: Pregunta 2

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
La mañana	12	60%
La tarde	4	20%
La noche	4	20%
TOTAL	20	100%

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Gráfico 8: Presentación gráfica 2



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Análisis: De acuerdo a la encuesta realizada el 60%, menciona que seleccionaría la mañana para realizar un city tour lo que comprende a 12 personas, mientras que el 20% dio a notar que su preferencia es realizarlo en la tarde, y por otro lado el 25% manifiesta que la noche sería su horario preferido.

Interpretación: El porcentaje mayor de personas prefieren realizar un city tour en la mañana, pero sin embargo una parte considerable y de igual cantidad respectivamente de la población, considera que sería de su agrado que se desarrolle en la tarde y en la noche.

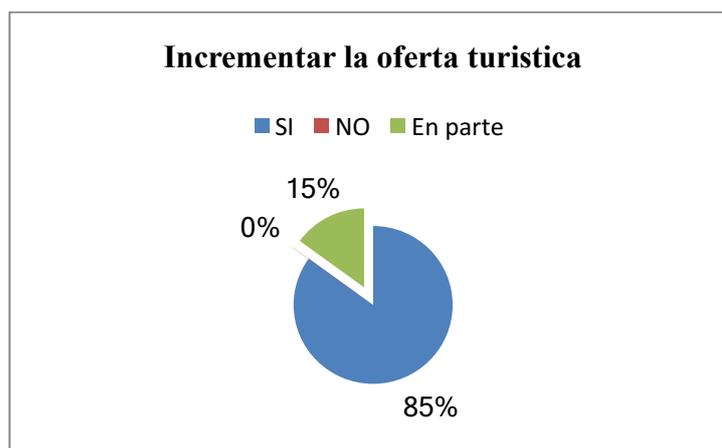
Pregunta N° 3: ¿Cree usted que a través de la generación de un city tour se puede incrementar la oferta turística hacia el cantón Ambato?

Tabla 6: Pregunta 3

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	17	85%
NO	0	0%
En parte	3	15%
TOTAL	20	100%

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Gráfico 9: Presentación gráfica 3



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Análisis: El 85% de los encuestados dicen que a través de la generación de un city tour si se puede incrementar la oferta turística hacia el cantón Ambato, en tanto que otro 15% opina que en parte esto sucedería.

Interpretación: A través de la generación de un city tour, si se puede incrementar la oferta turística hacia el cantón Ambato y por consiguiente el crecimiento económico del cantón, provincia y país.

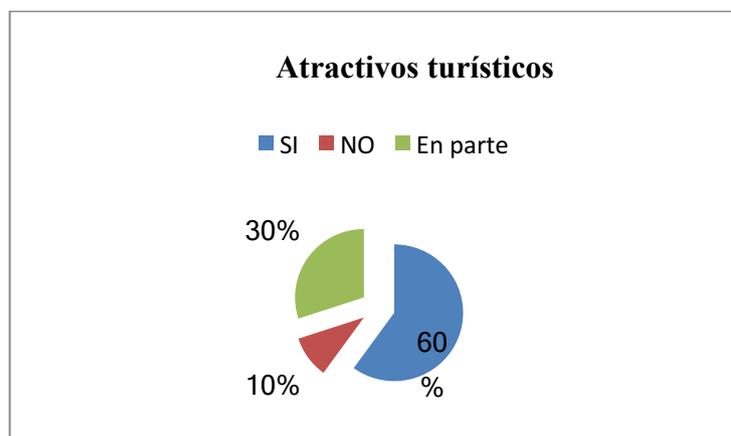
Pregunta N° 4: ¿Considera usted, que el cantón Ambato cuenta con atractivos turísticos que pueden ser considerados parte de un destino turístico?

Tabla 7: Pregunta 4

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	60%
NO	2	10%
En parte	6	30%
TOTAL	20	100%

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Gráfico 10: Presentación gráfica 4



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Análisis: 12 personas son una gran parte de los encuestados que representan el 60%, opinan que el cantón Ambato cuenta con atractivos turísticos que si pueden ser considerados parte de un destino turístico; en tanto que un 30% cree que no todos los atractivos turísticos están calificados para este fin, por otro lado un 10% piensa lo contrario.

Interpretación: La gran mayoría de personas manifiestan que el cantón Ambato cuenta con atractivos turísticos que sí podrían ser considerados parte de un destino turístico, gracias a que cuentan con las facilidades necesarias así como también la infraestructura adecuada para desarrollar dicha actividad de manera eficiente y de calidad.

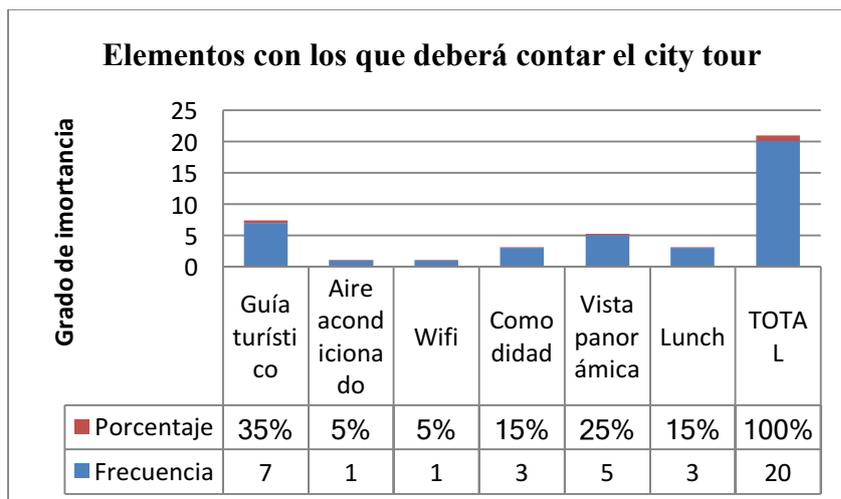
Pregunta N° 5: A su criterio, ¿Ordene según el grado de importancia los siguientes elementos con los que deberá contar el transporte turístico en el city tour?

Tabla 8: Pregunta 5

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Guía turístico	7	35%
Aire acondicionado	1	5%
Wifi	1	5%
Comodidad	3	15%
Vista panorámica	5	25%
Lunch	3	15%
TOTAL	20	100%

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Gráfico 11: Presentación gráfica 5



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Análisis: El 35% de la población encuestada expresó que se deberá contar con un guía turístico, por otro lado el 25% manifestó que se requiere de vista panorámica en el transporte, otra parte que representa el 15% sugiere contar con un lunch en el city tour, y con el mismo resultado el 15% da a notar que se necesita comodidad en el mismo, una parte menor con el 5% presume que se debe contar con aire acondicionado, así mismo con el 5% requiere wifi en dicho servicio.

Interpretación: Los encuestados concuerdan que es indispensable contar con un guía turístico, no menos importante el transporte turístico debe contar con vista panorámica, también se debe considerar brindar un lunch en el desarrollo del city tour, cabe recalcar que este transporte debe ser cómodo, los dos últimos lugares respectivamente requieren contar con aire acondicionado y wifi.

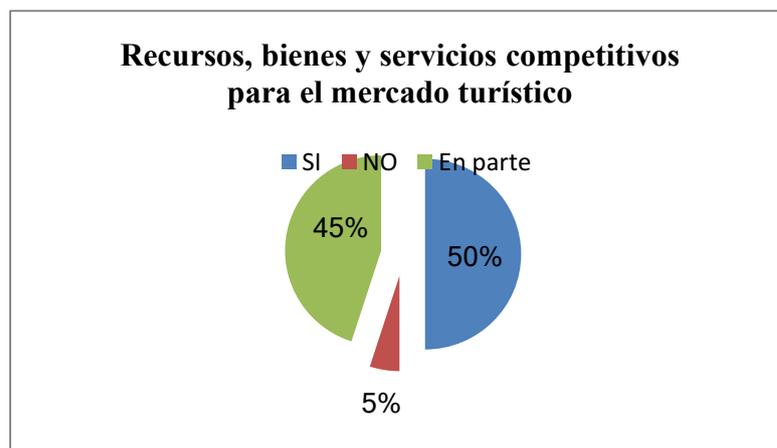
Pregunta N° 6: ¿Cree usted que el cantón Ambato cuenta con recursos, bienes y servicios competitivos para el mercado turístico?

Tabla 9: Pregunta 6

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	50%
NO	1	5%
En parte	9	45%
TOTAL	20	100%

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Gráfico 12: Presentación gráfica 6



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Análisis: La mayoría de encuestados, es decir el 50% asume que cuenta con recursos, bienes y servicios competitivos para el mercado turístico, por otra parte el 45% considera que en parte, y el 5% se inclina por la opción que dice no.

Interpretación: El cantón Ambato si cuenta con recursos, bienes y servicios competitivos para el mercado turístico, que a corto o a mediano plazo se espera que puedan convertirse en un destino turístico reconocido a nivel local, nacional e internacional.

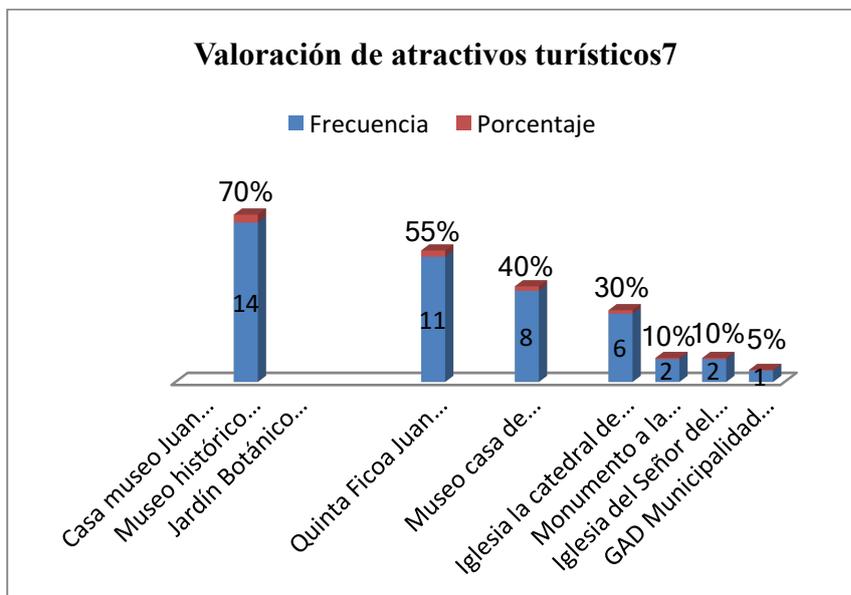
Pregunta N° 7: ¿Según su óptica, valore los atractivos turísticos que posee el cantón Ambato? Valorar en una escala del 1-5(Siendo el número 1 el valor mínimo y 5 el valor máximo).

Tabla 10: Pregunta 7

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Casa museo Juan León Mera		
1. Museo histórico Martínez Holguín	14	70%
Jardín Botánico Atocha la Liria		
2. Quinta Ficoa Juan Montalvo	11	55%
3. Museo casa de Montalvo	8	40%
4. Iglesia la catedral de Ambato	6	30%
5. Monumento a la Primera Imprenta	2	10%
6. Iglesia del Señor del Consuelo(Pinllo)	2	10%
7. GAD Municipalidad de Ambato	1	5%
Edificio Matriz (Explanada)		

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Gráfico 13: Presentación gráfica 7



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Análisis: De acuerdo a la encuesta realizada, se obtuvo los 7 atractivos turísticos que tienen el mayor puntaje (5) que sobresalen en el cantón Ambato: 14 personas de 20 encuestados que representan el 70% puntuaron el valor más alto a La Casa museo Juan León Mera, Museo histórico Martínez Holguín, Jardín Botánico Atocha la Liria, que en la actualidad se han unificado como un solo atractivo turístico por su ubicación, mientras que 11 personas de 20 que representan el 55% puntuaron a La quinta Ficoa Juan Montalvo, 8 personas de 20 encuestados que representan el 40% eligieron al Museo Casa de Montalvo, 6 personas de 20 encuestados que son el 30% eligieron a La Iglesia La Catedral, mientras que el Monumento a La Primera Imprenta con el 10% que son 2 personas puntuaron a dicho atractivo, 2 personas que son el 10% seleccionaron a la Iglesia del Señor del Consuelo (Pinllo), y también fue considerado el GAD Municipalidad de Ambato Edificio Matriz (Explanada) con el 10% que representa a 2 personas de 20 encuestados.

Interpretación:

Se seleccionó a los 7 atractivos de mayor valor según la encuesta realizada, que podrían estar incluidos en un city tour para diversificar la oferta turística del cantón Ambato, cabe mencionar que se tubo los siguientes atractivos mejor puntuados: Casa museo Juan León Mera, Museo histórico Martínez Holguín, Jardín Botánico Atocha la Liria; Quinta Ficoa Juan Montalvo; Museo casa de Montalvo; Iglesia la catedral de Ambato; Monumento a la Primera Imprenta; Iglesia del Señor del Consuelo (Pinllo); GAD Municipalidad de Ambato Edificio Matriz (Explanada), dichos tractivos estarán considerados en un city tour.

Pregunta N° 8: Según su óptica, ¿considera usted que se debe diversificar la oferta turística en el cantón Ambato?

Tabla 11: Pregunta 8

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	11	80%
NO	5	0%
En parte	4	20%
TOTAL	20	100%

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Gráfico 14: Presentación gráfica 8



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Análisis: El 80% de expertos en turismo afirman que se debe diversificar la oferta turística en el cantón Ambato, mientras que el 20% consideran que solamente en parte esto se debe realizar.

Interpretación: esto significa que la mayoría de encuestados afirman que, si se debe tener más alternativas que diversifiquen la oferta turística del cantón para cubrir el mercado turístico existente.

Pregunta N° 9: ¿Según su experiencia, cree usted que un city tour en el cantón Ambato sería un producto competitivo en el mercado turístico?

Tabla 12: Pregunta 9

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	17	85%
NO	0	0%
En parte	3	15%
TOTAL	20	100%

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Gráfico 15: Presentación gráfica 9



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Análisis: La mayoría de encuestados, el 85% afirman que un city tour si será un producto competitivo en el mercado turístico del cantón Ambato, en tanto que el 15% afirma lo contrario.

Interpretación: Un city tour en el cantón Ambato si será un producto competitivo en el mercado turístico, además ayudara a la diversificación de la oferta turística existente y brindara una nueva alternativa a los turistas que arriban por distintos motivos.

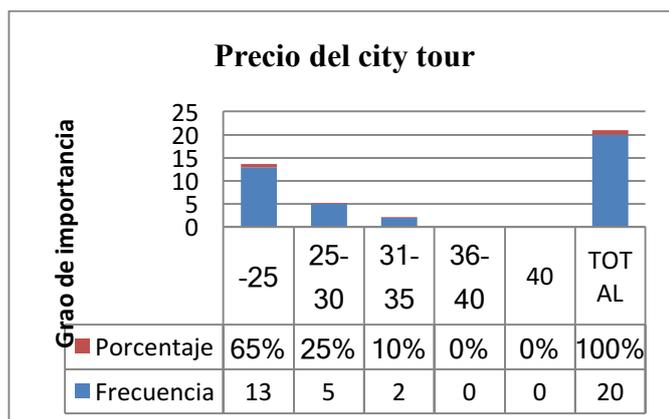
Pregunta N° 10: Según su óptica, ¿Qué precio considera usted apropiado para un servicio de city tour que cuenta con: guía turístico, visita a 7 lugares turísticos culturales, transporte en bus panorámico cómodo y lunch?

Tabla 13: Pregunta 10

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
-25	13	65%
25-30	5	25%
31-35	2	10%
36-40	0	0%
+40	0	0%
TOTAL	20	100%

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Gráfico 16: Presentación gráfica 10



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Análisis: Según los encuestados, el 65 % considera que el precio debe estar por debajo de 25\$, mientras que el 25% dice que el valor estimado esta entre 25-30, y un porcentaje menor que es el 10% piensa que el rubro debe estar entre 31-35.

Interpretación: De acuerdo a los servicios que se va a brindar en el city tour, gran parte de la población considera que en función de estos la cantidad adecuada debe estar fijando en menos de 25\$, otra parte importante de los expertos asume que debe fluctuar entre 25-30\$ que serían proporcionales a el servicio, y una parte

mínima pero muy importante manifiesta que sería congruente pagar por este servicio una cantidad importante de entre \$31-35.

4.2 Planteamiento de la hipótesis

H_0 City tour NO como un producto alternativo de diversificación de la oferta turística del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

H_1 City tour SI como un producto alternativo de diversificación de la oferta turística del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

Modelo matemático

$$H_0 = O \neq E$$

$$H_1 = O = E$$

Modelo Estadístico

Para comprobar si la distribución se ajusta a la curva normal o no, se utilizó la técnica del Chi cuadrado, aplicando la siguiente formula:

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

Donde

x^2 = Chi cuadrado

Σ = Sumatoria

O= Frecuencia Observada

E= Frecuencia Esperada

4.2.1 Selección del nivel de Significación

Para la verificación de la hipótesis se utilizó el nivel de significación de 0,05

4.2.2 Descripción de la población

Se ha tomado como población para la investigación de campo a las personas especializadas en el sector turístico del cantón Ambato provincia de Tungurahua.

Tabla 14: Descripción de la población

Entidad	Número de Entidades	Nº Representantes
Departamento de cultura, turismo, deporte y recreación	1	6
Unidad de turismo del gobierno provincial de Tungurahua.	1	6
Dirección provincial de turismo de Tungurahua.	1	3
Cámara de turismo de Tungurahua.	1	4
CONAGOPARE	1	1
	Total	20

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

4.2.3 Calculo del Chi Cuadrado

Especificación de las regiones de aceptación o rechazo

Se procede a determinar los grados de libertad considerando que el cuadro tiene cuatro filas y tres columnas.

$$gl = (r - 1) (k - 1)$$

$$gl = (4 - 1) (3 - 1)$$

$$gl = (3) (2)$$

$$gl = 6$$

DONDE

gl= Grados de libertad

r= número de filas

k= número de columnas

Tabla 15: Aceptación o rechazo

Filas	Columnas
4	3
4-1	3-1
3	2

3x2=6
GL=6°

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

4.2.3.1 Chi Cuadrado Tabular

Por tanto con 6 grados de libertad y un nivel de significación de 0,05 tenemos un Chi cuadrado tabular de $\chi^2 = 12,59$

4.2.3.2 Chi Cuadrado Calculado

Es necesario expresar un cuadro de contingencia de cuatro filas y tres columnas para establecer la frecuencia observada.

Tabla 16: Frecuencia Observada

		FRECUENCIA OBSERVADA			
Variables	Ítems	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Subtotal
Dependiente	1. ¿Considera usted, que la accesibilidad a un city tour ayude a fortalecer los atractivos turísticos existentes en el cantón Ambato?	14	1	5	20
	3. ¿Cree usted que a través de la generación de un city tour se puede incrementar la oferta turística hacia el cantón Ambato?	17	0	3	20
Independiente	6. ¿Cree usted que Ambato es una ciudad con recursos, bienes y servicios competitivos para el mercado turístico?	10	1	9	20
	8. ¿Según su óptica, ¿considera usted que se debe diversificar la oferta turística en el cantón Ambato?	11	5	4	20
TOTAL		52	7	21	80

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

En base al cuadro de contingencia esperado se procede a establecer las frecuencias esperadas.

Tabla 17: Frecuencia esperada

FRECUENCIA ESPERADA					
Variables	Ítems	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Subtotal
Dependiente	1. ¿Considera usted, que la accesibilidad a un city tour ayude a fortalecer los atractivos turísticos existentes en el cantón Ambato?	13	1,75	5,25	20
	3. ¿Cree usted que a través de la generación de un city tour se puede incrementar la oferta turística en el cantón Ambato?	13	1,75	5,25	20
Independiente	6. ¿Cree usted que Ambato es una ciudad con recursos, bienes y servicios competitivos para el mercado turístico?	13	1,75	5,25	20
	8. ¿Según su óptica, ¿considera usted que se debe diversificar la oferta turística en el cantón Ambato?	13	1,75	5,25	20
TOTAL		52	7	21	80

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

4.2.4 Cálculo de lo estadística

Para realizar el cálculo de lo estadístico, se utiliza la siguiente formula:

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

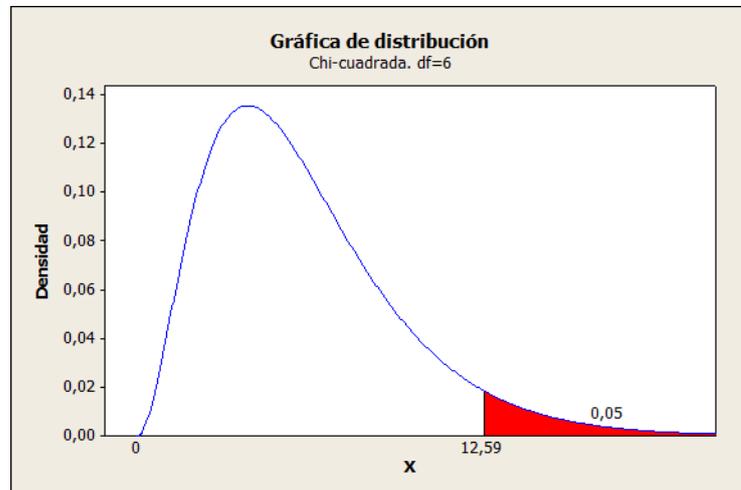
Tabla 18: Chi cuadrado

FRECUENCIA OBSERVADA	FRECUENCIA ESPERADA	O-E	(O-E)^2	(O-E)^2/E
14	13	1	1	0,077
17	13	4	16	1,231
10	13	-3	9	0,692
11	13	-2	4	0,308
1	1,75	-0,75	0,5625	0,321
0	1,75	-1,75	3,0625	1,750
1	1,75	-0,75	0,5625	0,321
5	1,75	3,25	10,5625	6,036
5	5,25	-0,25	0,0625	0,012
3	5,25	-2,25	5,0625	0,964
9	5,25	3,75	14,0625	2,679
4	5,25	-1,25	1,5625	0,298
CHI CUADRADO CALCULADO				14,689

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Campana de Gauss

Gráfico 17: Campana de Gauss



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

DECISIÓN

Con un nivel de significancia de 0,05 y con 6 grados de libertad de acuerdo a la regla de decisión, puesto que el valor del chi cuadrado calculado ($\chi^2_c = 14,689$) es mayor que el chi cuadrado tabular ($\chi^2_{t=12,59}$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: City tour SI como un producto alternativo de diversificación de la oferta turística del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

CAPÍTULO V

CONCUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- De acuerdo a los resultados obtenidos un city tour es una iniciativa turística que se convierte en una nueva alternativa para los turistas y en función de aquello se diversificara la oferta turística del cantón Ambato provincia de Tungurahua.
- Los principales beneficios que genera esta investigación son: genera un incremento significativo a los prestadores de servicio, dinamiza la economía en el cantón, potencializa los atractivos turísticos, genera fuentes de empleo de manera directa e indirecta.
- La oferta turística con la que cuenta el cantón Ambato requiere ser potencializado para llegar a convertirse en un destino turístico reconocido a nivel local, nacional e internacional y que incremente el volumen de visitas.
- En el cantón Ambato no existe el servicio permanente de un city tour que aporte como un producto alternativo de diversificación de la oferta turística.

5.2 Recomendaciones

- Establecer alianzas estratégicas entre empresas del sector público y privado, con el objetivo de impulsar y alcanzar un mejor y mayor desarrollo turístico en el cantón Ambato.
- Incentivar la elaboración de proyectos con la finalidad de aprovechar turísticamente cada uno de los recursos que posee el cantón Ambato.
- Promover medidas correctivas con la finalidad de darle al turismo el sitio que se merece dentro del ámbito turístico del cantón Ambato.

- Continuar con la ejecución de diversas acciones en beneficio del desarrollo del turismo.
- Elaborar un city tour, como un producto alternativo que diversifique, aporte e impulse el desarrollo turístico de la ciudad, el cantón y la provincia.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

TEMA:

Diseño de un “City tour” como un producto alternativo de diversificación de la oferta turística del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

6.1 Datos informativos

Entidad Ejecutora: GAD Municipal Ambato

Persona encargada en la ejecución: Pablo Hernán López Luzuriaga

Beneficiarios

Directos: Atractivos turísticos del cantón Ambato.

Indirectos: Pobladores y servidores turísticos.

6.2 Ubicación de la intervención

El cantón Ambato es una entidad territorial sub nacional ecuatoriana, de la Provincia de Tungurahua. Su cabecera cantonal es la ciudad de Ambato, lugar donde se agrupa gran parte de su población total, con una superficie total de 1009Km². (Ambato, 2016)

En el cantón Ambato es necesario motivar a los turistas y a los pobladores, además se debe potenciar a los atractivos turísticos existentes, considerando que por medio de la creación de un city tour se diversificara la oferta turística, generando desarrollo social, cultural, económico.

De acuerdo a los datos obtenidos se puede deducir que un city tour es una alternativa para el desarrollo turístico del cantón, mediante el cual se puede aprovechar los distintos atractivos turísticos que posee el mismo. En función de un city tour se puede incrementar la demanda turística hacia el cantón, y que no sea considerado el cantón Ambato como un cantón de paso hacia otros destinos turísticos, sino más bien ser un prestador de servicios turísticos de calidad.

Como conclusión, se puede decir, que la elaboración de un city tour, permitirá la diversificación de la oferta turística del cantón Ambato, potenciando, innovando y diseñando nuevas alternativas turísticas

6.4 Justificación

La implementación de la presente propuesta beneficiar al cantón en general, cabe mencionar que al crear un city tour de excelencia, cumpliendo con las exigencias de los turistas se obtiene como resultado la satisfacción plena de los turistas y a su vez beneficios para todos los prestadores turísticos.

Es importante e innovadora, la implementación de un city tour como un producto alternativo de diversificación de la oferta turística del cantón Ambato, es decir brindar alternativas para el desarrollo de la actividad turística dado lugar al aprovechamiento de los atractivos turísticos del cantón, debido a que por mucho tiempo han sufrido el desinterés por parte de las autoridades. El diseño de un city tour ayudara a difundir y promocionar los atractivos del cantón, también es importante destacar que las autoridades han mostrado su interés por colaborar en el trabajo investigativo.

El presente trabajo es significativo debido a que se diversificara la oferta turística, se mejorara la afluencia turística y por ende un mejor desarrollo económico para el cantón en general.

6.5 Objetivos

6.5.1 General

- Elaborar un city tour en el cantón Ambato con el fin de promover la actividad turística y la diversificación de la oferta turística del cantón y la provincia.

6.5.2 Específicos

- Definir aspectos y procedimientos generales de la ruta.
- Identificar los recursos o atractivos más importantes que se piensa visitar
- Diseñar el recorrido en un mapa.
- Recopilar información fidedigna y reconocer la ruta.
- Probar la ruta propuesta a través de medición de tiempos y evaluación de facilidades turísticas.
- Difundir la ruta.(Elaboración del material de promocional)

6.6 Análisis de factibilidad

6.6.1 Factibilidad operativa

La propuesta de elaboración de un city tour en el cantón Ambato será desarrollada de manera estructural y de fácil comprensión, para que pueda ser entregada y ejecutada en la ciudad.

Por lo tanto se considera que el desarrollo y aplicación de la presente propuesta es operativamente factible.

6.6.2 Factibilidad Social-Cultural

En el ámbito social cultural es importante resaltar que los principales beneficiarios son los habitantes del cantón, sin dejar de lado a los turistas locales y nacionales sin ninguna excepción de género, estatus económico, social, cultural, y religioso, debido a que ellos son un ente muy substancial para el desarrollo de la actividad turística.

6.6.3 Factibilidad económica

Para el diseño del city tour se obtienen los siguientes rubros:

Tabla 19: Factibilidad Económica

Descripción	Proveedor	Cantidad	Costo unitario	Costo
Viáticos y subsistencia	Investigador	1	300\$	300\$
(Elaboración del city tour)	Investigador		5\$	5\$
Diseño gráfico del city tour		2	40\$	80\$
Impresiones de la ruta del city tour	Investigador	3	2\$	2\$
Copias de la ruta del city tour	Investigador	5	1\$	1\$
Gastos de cámara	Investigador	1	5\$	5\$
Impresión del tríptico promocional	Investigador	3	1,50\$	1,50\$
TOTAL				394,50\$

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

6.7 Fundamentación teórica

City tour: es una visita panorámica en autocar a los puntos más atractivos Para realizar esta actividad es importante elaborar un cronograma de actividades que se desarrollará dentro del sector urbano, con la finalidad de acceder y observar los atractivos culturales, naturales e históricos, cabe mencionar que también se realizan recorridos nocturnos donde se visitan los sectores de diversión. (Campoverde Cueva, 2013)

Circuito turístico: un circuito turístico es un servicio de varios días de duración desde un punto de origen hasta un punto de retorno o destino con el que se conecta para volver de nuevo al punto de origen se combina con servicios de alojamiento, guía, excursiones etc. (Ternero Romero, 2014)

6.8 Metodología

6.8.1 Modelo operativo

Para la ejecución de la propuesta Diseño de un city tour “City Tour Ambato” en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua, es necesario elaborar un mapa de la ruta en donde se identificara los atractivos turísticos y detallando su ubicación geográfica.

6.8.2 Modelo operativo (Propuesta)

Tabla 20: Modelo Operativo de la propuesta

Fase	Objetivos	Actividades	Recursos	Responsable	Tiempo
Socialización	Socializar la propuesta con las autoridades del cantón.	Establecer una reunión Presentar la propuesta Recolectar información e ideas	Humano Computador Proyector	Pablo López	2 días
Planificación	Planificar los procedimientos y actividades a realizarse con las autoridades	Análisis y observación de las potencialidades turísticas del cantón	Humano Cámara fotográfica	Pablo López	15 días
Ejecución	Ejecutar las actividades planteadas en la propuesta	Identificación del espacio geográfico Seleccionar sobre los atractivos turísticos Definir aspectos generales de la ruta Definición del recorrido Recopilación de información	Humano Cámara fotográfica GPS	Pablo López	1 mes
Evaluación	Evaluar los resultados alcanzados después de la ejecución de la propuesta	Realizar un monitoreo y seguimiento Realizar un recorrido con las autoridades	Humano Transporte	Pablo López	1 mes

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

6.9 Desarrollo de lo operativo de la propuesta

TITULO: Diseño de un “City tour” como un producto alternativo de diversificación de la oferta turística del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

PASO 1

6.9.1 Definición de Aspectos Generales de la ruta

La presente propuesta será una ruta turística de tipo cultural, con la característica especial de que será llevada a cabo por la mañana, en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

Sera un recorrido de tipo familiar, por lo que no existirá especificaciones para el tipo de turistas que puedan acceder a la misma.

Socialización

A continuación se detalla de manera detallada las actividades a realizar que están dentro del modelo operativo.

Se desarrollara la socialización de la propuesta a las autoridades del cantón mediante la especificación del city tour que des acuerdo ala presente investigación, se tomaran los temas: tiempo de recorrido que se estableció en 3 horas, sitios de visita que en este caso son 7 que se los detalla cada uno de ellos respectivamente.

Entre las actividades a realizar, como primer paso se establecerá una reunión donde se dará a conocer estos detalles y además se realizara una recolección de información, los asistentes crean pertinentes deban ser incluidas en la propuesta o generar algún cambio en la misma.

Loa recursos que se requerirán son: humano, un computador y un proyector mediante los cuales se proyectara los objetivos de la propuesta de manera específica para su comprensión y análisis, esto estará a cargo del señor Pablo López autor de la propuesta.

Planificación

Se realizara una carta de invitación a las autoridades que se encuentran involucradas en el ámbito turístico en el cantón Ambato.

Se realizara la bienvenida el día acordado, se visualizara la propuesta, se realizara una mesa de trabajo para realizar un conversatorio y obtener las conclusiones de la reunión.

Se analizara las potencialidades turísticas del cantón para potencializar los atractivos que lo requieran y darle mayor importancia a ciertos atractivos que no son considerados como los más sobresalientes.

Esto estará a cargo del autor de la propuesta en un máximo de 15 días en los que se utilizaran ciertos instrumentos como son: cámara fotográfica y transporte para la captura de evidencias de las potencialidades turísticas y la movilidad y el traslado de un lugar a otro respectivamente.

Ejecución

Se pondrá en marcha lo planteado una vez cumplido con los requerimientos anteriores, un detalle indispensable es identificar el espacio geográfico donde se va a desarrollar cada una de las visitas, la definición del recorrido la, recopilación de información de los atractivos turísticos.

Los instrumentos a utilizar son: cámara fotográfica para realizar fotografías que irán dentro de la presente propuesta, un GPS para obtener información precisa de la ubicación y otras mediciones, todo esto se cumplirá en un lapso de un mes.

Evaluación

Una vez puesta en marcha la propuesta se debe tener un control y monitoreo de las actividades antes mencionadas, además realizar una visita o también llamada un recorrido con las autoridades correspondientes para evidenciar lo propuesto en el city tour.

Cronograma de ejecución

Tabla 21: Cronograma de ejecución

Actividad	Días							MESES			TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	
Socialización		x									2 días
Planificación								x			15 días
Ejecución								x			1 mes
Evaluación								x			1 mes
											2 meses
											17 días

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

PASO 2

6.9.2 Identificación de atractivos turísticos con los que contará el City Tour

Analizados los recursos turísticos más sobresalientes o importantes que posee la ciudad de Ambato, ya sea por su importancia natural, artificial, cultural a través del tiempo; o por su monumentalidad contemporánea, pudiendo considerarse iglesias, catedrales, casonas, museos, entre otros, se ha considerado y se cree que los siguientes atractivos deben formar parte del city tour propuesto:

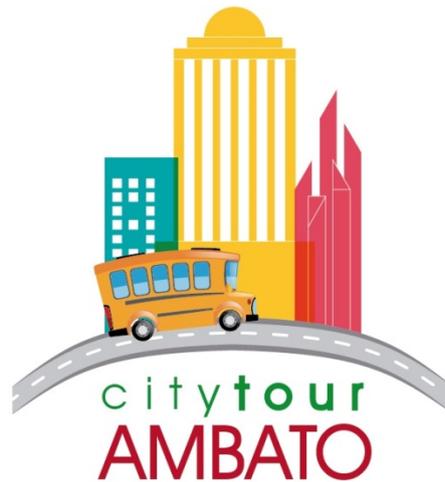
- 1.1.- Casa museo Juan León Mera
- 1.2.- Museo Histórico Martínez Holguín
- 1.3.- Jardín Botánico Atocha la Liria
- 2.- Quinta Ficoa Juan Montalvo
- 3.- Museo Casa de Montalvo
- 4.- Iglesia la catedral Ambato
- 5.- Monumento a la Primera Imprenta

6.-Iglesia del Señor del Consuelo (Pinllo)

7.-GAD Municipalidad de Ambato Edificio Matriz (Explanada)

6.9.3 Logotipo

Gráfico 18: Logotipo



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

El nombre “City tour Ambato” está enfocado a el conjunto de atractivos turísticos que posee el cantón, además por desarrollarse en el marco urbano y teniendo en cuenta que posee atractivos: religiosos, naturales, culturales y arquitectónicos se elaboró el presente logotipo que represente con veracidad y objetividad la mayor parte de la esencia de la propuesta planteada es por esto que este cuenta con un entorno que representa la urbe de la ciudad , colores que fácilmente son diferenciados con el ámbito natural y sabiendo que este se realizara en un medio de transporte turístico aprovechando la excelente vialidad de nuestro cantón.

PASO 3

6.9.4 Definición del Recorrido

En este punto se da forma al city tour. Un ejercicio muy práctico que nos ayudará a poder definir el recorrido es tomar un mapa y marcar en él todos los atractivos y recursos turísticos; luego, la ruta irá tomando forma al unirlos sobre la red vial, tomando en cuenta siempre un punto de inicio y después de realizar el city tour la finalización será en el punto de inicio, es decir, luego de haber puesto en práctica los consejos anteriores la ruta quedó de la siguiente manera: Tendrá una duración de 3 horas el cual se realizara en un medio de transporte turístico debidamente aprobado por la ANT, también existen momentos en el transcurso del “City tour Ambato” donde se realizara una pequeña caminata para la correcta apreciación de ciertos atractivos turísticos. La actividad turística dará inicio en la “Iglesia la Catedral de Ambato” en donde se dará a conocer una breve historia del cantón Ambato, posterior aquello se visitara “La casa museo Juan Montalvo”, continuando con el city tour Ambato, el siguiente punto de visita es el “Jardín botánico Atocha la Liria” donde se tendrá un pequeño recorrido en las principales instalaciones que por supuesto contara con una persona que se encargara de la guianza para despejar cualquier incógnita, luego del traslado en el transporte turístico se arribara al “Monumento a la primera imprenta” que cuenta con un mirador espectacular de toda la ciudad, posterior aquello se visita la iglesia “Señor del consuelo” ubicada en Pinillo, continuando con el desarrollo del city tour el siguiente punto de visita será la “Quinta de Montalvo” en donde se podrá mirar la casa del famoso escritor Ambateño, también se podrá visitar la imponente edificación de corte moderna del GAD municipalidad de Ambato en donde se brindara un refrigerio, y para finalizar se retornara al lugar de inicio.

Ilustración 3: Mapa turístico

Gráfico 19: Mapa turístico del city tour Ambato



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Ilustración 4: Mapa turístico vial

Gráfico 20: Mapa turístico vial



Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

Gráfico 21: Reverso del Mapa turístico vial

CITY TOUR "AMBATO"

1 Iglesia la Catedral de Ambato

- Av. Simón Bolívar
- Juan Montalvo
- Calle Lizardo Ruiz
- Av. Los Capulíes

2 Museo Casa de Montalvo

- Av. Simón Bolívar
- Juan Montalvo
- Calle Lizardo Ruiz
- Av. Los Capulíes

3 Jardín Botánico Atocha-La Liria

- Dr. Rodrigo Pachano Lalama
- Av. Los Capulíes
- Av. Los Guaytambos
- Ollero
- Raimundo de Salazar

4 Monumento a la Primera Imprenta

- José María Maugueri

5 Iglesia del Señor del Consuelo (Pinllo)

- José María Maugueri
- Raimundo de Salazar
- Ollero
- Av. Los Guaytambos

6 Quinta Ficoa Juan Montalvo

- Av. Los Guaytambos
- Manuela Sáenz
- Víctor Hugo
- Río Coca
- Río Cutuchi
- Av. Atahualpa

7 GAD Municipalidad de Ambato Edificio Matriz (Explanada)

- Av. Atahualpa
- Av. Cevallos
- Juan Montalvo
- Av. Simón Bolívar

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

PASO 4

6.9.5 Recopilación de información Iglesia la Catedral de Ambato

Fotografía 1



Autor: LÓPEZ, Pablo (2017)

Historia.-

El carnaval es la fiesta mayor de los ambateños que empieza con la bendición de los panes y las frutas en una vistosa ceremonia que se celebra, precisamente, en el atrio de la Catedral, con asistencia de las principales autoridades nacionales y locales. Ese derroche de alegría, denominado Fiesta de la Fruta y de las Flores, se celebra desde hace 60 años y es una denostación de la fe y el espíritu de lucha de los am ambateños, que reemplazaron su vieja iglesia matriz, destruida por el terremoto de 1949, con su catedral de corte moderno, que se inauguró en diciembre de 1954. Sin lugar a dudas es la edificación más alta y representativa de la ciudad. Un verdadero icono. Se encuentra en las calles Bolívar y Montalvo (esquina), en el centro. Desde dentro y desde fuera de esta casa de los católicos es fácil percatarse de sus principales atractivos. Se trata de los vitrales de los apóstoles de Jesús, que aparecen n las cúpulas de la iglesia. Además están las palomas una especie de guardianas de la edificación. (MINTUR, 2013)

Museo Casa de Montalvo

Fotografía 2



Autor: LÓPEZ, Pablo (2017)

Historia:

La construcción de la casa de Montalvo inició en 1827 y concluyó en 1834, ocupando el área que hoy comprende el Mausoleo y la Casa de la Cultura. La vida familiar no habría sido del todo apacible. Pues los ideales patrióticos de algunos de los hermanos de Montalvo provocaron una vorágine de pasiones políticas, persecuciones, amenazas y destierros. La propiedad permanece en poder de los Montalvo hasta aproximadamente 1880 cuando es vendida al Sr. José Rumazo y luego pasa a manos de su viuda doña Eloísa Colina. El 23 de febrero de 1896, el General Eloy Alfaro, mediante decreto especial dispone (en su parte pertinente): Art. 1º Adquiérase la casa en la que nació el insigne escritor don Juan Montalvo, para ser destinada a un plantel de educación. Esta disposición provoca el rechazo de doña Eloísa Colina de Rumazo, quien se resiste a entregar la propiedad. Por lo que se inicia un juicio que dura hasta 1926. Recién en 1927 el Consejo Municipal de Ambato, toma posesión de la casa, destinándola inicialmente a Museo Montalvino y luego a la tradicional Biblioteca de Autores Nacionales, la que paso a ser parte de la Biblioteca Provincial

en abril del 2007. El proceso duró hasta 1988 en que se reabre la casa de Montalvo convertida en un museo que presenta objetivamente los más destacados aspectos de la vida y obra del más grande escritor ecuatoriano de todos los tiempos, don Juan Montalvo. (MINTUR, 2013)

Jardín Botánico Atocha-La Liria

Fotografía 3



Autor: LÓPEZ, Pablo (2017)

Historia:

A raíz del paso de la propiedad al cuidado de la Municipalidad, está firmó un convenio con el Banco Central para rehabilitar y reconstruir la quinta, no llegó a concretarse porque cambaron las prioridades de inversión del gobierno central de aquella época. Desde entonces pasaron algunas administraciones que la dejaron en el olvido, destruyéndose la quinta, sus jardines, y la casa en completo deterioro. (MINTUR, 2013)

Museo Histórico Martínez Holguín

Fotografía 4



Autor: LÓPEZ, Pablo (2017)

Historia:

Es en el año 2000 con la Administración del Alcalde Callejas, toma la decisión histórica de la recuperación de este importante Patrimonio Cultural. Se forma la Unidad FONSAL en el Departamento de Cultura quien llevaría adelante la ejecución de los Estudios Botánicos, Arquitectónicos, Paisajistas, de Ingeniería, Plan de Manejo entre otros. Estudios que han permitido llevar adelante este gran sueño que debe ser de todos los ambateños, LA RECUPERACIÓN Y FORMACIÓN DEL JARDÍN BOTÁNICO ATOCHA LA LIRIA. Proyecto que marcará un hito en la historia de la ciudad por su trascendencia en al ámbito cultural, histórico, científico, turístico, educativo social y económico.

Casa museo Juan León Mera

Fotografía 5



Autor: LÓPEZ, Pablo (2017)

Historia:

Cabe señalar que si bien el Jardín Botánico Nació como sueño del Dr. Nicolás Martínez Vásconez, el proyecto en la actualidad contempla la Quinta Atocha de Juan León Mera que también posee una riqueza histórica y botánica tan importante con la de los Martínez. Los Jardines de Mera y Martínez, constituyen el hábitat de más de 200 especies de plantas superiores, que de acuerdo con la nomenclatura científica se las puede agrupar en 151 géneros y En las quintas de Mera y la Liria se han registrado 7 especies endémicas (una especie es endémica cuando se la puede encontrar en una región. La-liria: Ha concluido la restauración de la casa La Liria y en ella se formará el museo Histórico Martínez -Holguín. Con un importante acto solemne y cultural este 19 de noviembre a las 17h00 se inaugurará este importante patrimonio el mismo será entregado a la ciudadanía por parte del Alcalde Callejas. Invitamos a todos los ciudadanos y ciudadanas a visitar este patrimonio en el se podrá ver la obra del XXIX Salón de Noviembre, una exposición fotográfica de Raúl Díaz y el hermoso paisaje de este Jardín Botánico. (MINTUR, 2013)

Monumento a la Primera Imprenta

Fotografía 6



Autor: LÓPEZ, Pablo (2017)

Historia:

Es el monumento en honor a la primera imprenta fundada en el Ecuador, la misma que fue instalada en la ciudad de Ambato, en el año de 1.754 y estuvo a cargo de los Padres Jesuitas, pero recién entró en funcionamiento un año más tarde en 1.755 bajo la dirección de un alemán quien fue considerado el primer impresor. El alemán se encargó de enseñar este oficio a Raymundo Salazar quien fue considerado el primer tipógrafo. Dirección.- El monumento a la primera imprenta está ubicado en la loma de Santa Elena en la parroquia San Bartolomé de Pinillo. Fecha de Creación.- Fundada en el Ecuador, fue instalada en la ciudad de Ambato, en el año de 1754 a cargo de los Padres Jesuitas.Descripción. (MINTUR, 2013)

Iglesia del Señor del Consuelo (Pinllo)

Fotografía 7



Autor: LÓPEZ, Pablo (2017)

Historia:

Fue construida post terremoto en 1949. Es una construcción antigua de estilo colonial de barro y cangahua. Se venera al Señor del Consuelo, representada por una efigie trabajada en Roma y donada por Doña Hipólita Vásquez, a Ambato, en 1797 y después del terremoto de 1798 fue destinado a san Bartolomé de Pinllo siendo párroco el padre Iglesias. Los días martes de todos los meses del año, se celebraba la misa dedicada al señor del Consuelo. La imagen del Señor del Consuelo soportó el terremoto de 1949 sin sufrir mayor daño por lo que los feligreses creen en su protección divina. (MINTUR, 2013)

Quinta Ficoa Juan Montalvo

Fotografía 8



Autor: LÓPEZ, Pablo (2017)

Historia:

Cuenta con más de 200 años de edad, con una superficie de hectárea, por lo que es uno de los lugares favoritos de Cervantes, en el que se aprovechan de la quinta hermosa inspiración y crear algunas de sus grandes obras. Dentro de este sitio es la casa que pertenecía a este ilustre escritor. En su interior tiene 3 salas que exhiben mobiliario adecuado de la época y objetos importantes que se interponen entre un piano, cama, tablas y gráficos de uno de los más grandes escritores de nuestra ciudad y el país. En el exterior hay una piscina llamada " " los deseos "," situados en una pequeña esquina de la Quinta decoración de sus jardines y alrededores. En el lugar hay una atmósfera de paz y tranquilidad, rodeado de árboles y varios carteles explicativos con citas de Juan Montalvo. (MINTUR, 2013)

GAD Municipalidad de Ambato Edificio Matriz (Explanada)

Fotografía 9



Autor: LÓPEZ, Pablo (2017)

Historia:

Para una mejor ubicación por parte del usuario, se ha identificado en tres bloques al nuevo edificio. El primero, bloque oriental que da hacia la calle Río Palora, alberga en planta baja al dispensario médico, departamentos de Desarrollo Institucional y del Talento Humano e Informática. En el primer piso está Planificación; en el segundo Obras Públicas y el departamento de Control Urbano, Ambiental, Minas y Riesgos. En el tercero, Catastros y Avalúos; en el cuarto piso, la Unidad de Justicia, Junta de Protección de Derechos y Auditoría. En el bloque central, planta baja, está el auditorio; en el segundo piso las ventanillas de información general y en el quinto piso la Alcaldía, departamento Jurídico, Secretaría Ejecutiva, Dirección Administrativa y Comunicación Institucional. En el bloque sur que da hacia la calle Pallatanga, en la planta baja está la sala de sesiones del Concejo Municipal; primer piso, oficinas de concejales y Balcón de Servicios; segundo piso, Gestión Ambiental y Planeación Estratégica; tercero, secciones Presupuesto, Rentas, Contabilidad y Tesorería; en el cuarto piso la Dirección Financiera y Unidad de Compras Públicas. Cabe resaltar que la entrada principal es por la esquina de las calles Palora y Pallatanga. (MINTUR, 2013)

PASO 5

6.9.6 Itinerario del City tour

Tabla 22: Recorrido del city tour

Hora	Tiempo dedicado	Tiempo de Traslado	Actividad a realizar
09:00 am-09:10	10min	Inicio	Visita a la Catedral de Ambato
09:10 am- 09:27	15	2 min	Museo Casa de Montalvo
09:27 am-10:07	35	5 min	Jardín Botánico Atocha-La Liria
10:07 am-10:22	10	5 min	Monumento a la primera imprenta
10:22 am-10:40	15	3 min	Iglesia del señor del consuelo(Pinllo)
10:40 am- 11:05	20	5 min	Quinta Ficoa Juan Montalvo
11:05am- 11:30	15	10 min	GAD Municipalidad de Ambato Edificio la Matriz (Explanada)
11:30 am- 11:45	15		Refrigerio
11:45 am- 12:00		15	Retorno
TOTAL	2 Horas 15 minutos	45 min	8 Actividades

Autor: LÓPEZ, Pablo (2017)

6.9.7 Costo del City tour

Tabla 23: Costo del city tour

Recursos	Actividad	Costo unitario		Costo total
		Adultos	Niños	
Visita a la Catedral de Ambato	Observación y visita	0	0	0
Museo Casa de Montalvo	Observación y visita	1.00	0.50	1.00
Jardín Botánico Atocha-La Liria	Observación y visita	1.00	0.50	1.00
Monumento a la primera imprenta	Observación y visita	0	0	0
Iglesia del señor del consuelo(Pinllo)	Observación y visita	0	0	0
Quinta Ficoa Juan Montalvo	Observación y visita	0.50	0.50	0.50
GAD Municipalidad de Ambato Edificio la Matriz (Explanada)	Observación y visita	0	0	0
Refrigerio		1.50	1.50	1.50
Transporte		2.00	2.00	2.00
TOTAL	7 Atractivos			6.00\$

Autor: LÓPEZ, Pablo (2017)

PASO 6

6.9.8 Elaboración del material promocional

Monumento a la Primera Imprenta
Es el monumento en honor a la primera imprenta fundada en el Ecuador, la misma que fue instalada en la ciudad de Ambato, en el año de 1754 y estuvo a cargo de los Padres Jesuitas, pero recién entró en funcionamiento un año más tarde en 1755 bajo la dirección de un alemán quien fue considerado el primer impresor. El alemán se encargó de enseñar este oficio a Raymundo Salazar quien fue considerado el primer tipógrafo.



Dirección
El monumento a la primera imprenta está ubicado en la zona de Santa Eulalia en la parroquia San Bartolomé de Pinillo.
Fecha de Creación
Fundada en el Ecuador, fue instalada en la ciudad de Ambato, en el año de 1754 a cargo de los Padres Jesuitas.

Quinta Ficoa Juan Montalvo
Cuenta con más de 200 años de edad, con una superficie de hectárea, por lo que es uno de los lugares favoritos de Cervantes, en el que se aprovechan de la quinta hermosa inspiración y crear algunas de sus grandes obras. Dentro de este sitio es la casa que perteneció a este ilustre escritor.



Dirección
Avenida Los Guayacambos, Ambato ECI 1801, Ecuador

Iglesia del Señor del Consuelo (Pinillo)
Funcionaria post terremoto en 1949. Es una construcción antigua de estilo colonial de barro y canchagua. Se venera al Señor del Consuelo, representada por una efigie trabajada en Roma y donada por Doña Hipólita Vasconez, a Ambato, en 1797 y después del terremoto de 1798 fue destinado a san Bartolomé de Pinillo siendo párroco el padre Iglesias.

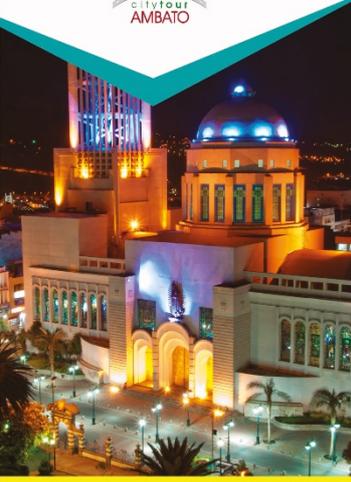


Dirección
Está ubicada en el centro de la parroquia, junto al Parque de la Reina.

GAD Municipalidad de Ambato Edificio Matriz
Muy bonita infraestructura acorde a la arquitectura moderna y sustentable según se puede observar del exterior. Imponente a la vista. Para una mejor ubicación por parte del usuario, se ha identificado en tres bloques al nuevo edificio.



Dirección
Av. Atahualpa & Río Curuchí, Ecuador

CITY TOUR "AMBATO"




ALL YOU NEED IS ECUADOR

El cantón Ambato es una entidad territorial sub nacional ecuatoriana, de la Provincia de Tungurahua. Su cabecera cantonal es la ciudad de Ambato, lugar donde se agrupa gran parte de su población total, con una superficie total de 1009Km².



Sus límites son:
 - Al norte con Cotacachi
 - Al sur con Chimborazo
 - Al este con Patateza
 - Al oeste con Bolívar
 - Al noreste con Napo
 - Al suroeste con Morona Santiago

CITY TOUR

- 1. Tú estás AQUÍ
- 2. Iglesia la Catedral de Ambato
- 3. Museo Casa de Montalvo
- 4. Jardín Botánico Atocha-La Liria
- 5. Monumento a la Primera Imprenta
- 6. Iglesia del Señor del Consuelo (Pinillo)
- 7. Quinta Ficoa Juan Montalvo
- 8. GAD Municipalidad de Ambato Edificio Matriz

Museo Casa de Montalvo
En esta casa podrá encontrar reliquias muy importantes para los tungurahueses ya que pertenecieron al ilustre escritor Juan Montalvo, pero lo más sobresaliente de este lugar es su museo en el cual se encuentra un fardo con el cuerpo de Juan Montalvo, el mismo que fue diseccionado para ser exhibido y además recibe el mantenimiento respectivo para que se mantenga en buen estado. Sin duda alguna, esta imponente construcción de corte hisélico es uno de los edificios más notorios en el paisaje de la ciudad, la misma que fue diseñada por el Arquitecto Jorge Mideros.



Dirección
La Casa de Montalvo está localizada en la calle Montalvo N° 03-50 y Bolívar (esquina).

Fecha de Inauguración
Este caso fue diseñado por el Arquitecto Jorge Mideros, la misma que fue inaugurada en 1981. En motivo del centenario del nacimiento del "Cervantes Americano" y orgullo ambateño.

Iglesia la Catedral de Ambato
Es el edificio más alto y representativo de la ciudad. Dentro y fuera de esta iglesia existen dos atractivos principales que son los vitrales de los apóstoles de Jesús que se ubican en las cúpulas de la iglesia y las guardianas de este templo que son las palomas que con su acostumbrado gorjeo y su singular vuelo por dentro y fuera de la iglesia nos hace pensar que vigilan cada movimiento que se realiza.



Dirección
La Catedral está ubicada en las calles Bolívar y Montalvo (esquina).

Fecha de Inauguración
Reemplazó a la Iglesia Matriz de Ambato que fue seriamente afectada por el terremoto de 1949, fue inaugurado el 12 de diciembre de 1951.

Jardín Botánico Atocha-La Liria
El Jardín Histórico Botánico Atocha-La Liria es un jardín botánico que se encuentra en la provincia de Tungurahua ciudad de Ambato, Ecuador. Está constituido por 14 hectáreas y data del año de 1849, siendo su promotor el Dr. Nicolás Martínez Vasconez, el cual adquirió las propiedades que conforman la Quinta La Liria. Bajo la administración del GAD Municipalidad de Ambato, la cual decide sumar la Quinta Atocha para formar el Jardín Botánico Atocha-La Liria, lugar donde se refugian los primeros eucaliptos sembrados en el Ecuador en el siglo XIX. Horario de visitas: miércoles a domingo de 9:00 a 16:00.



Dirección
Se encuentra en la zona de Ambato, Ecuador en el Sector de Atocha en la avenida Rodrigo Pacheco, sobre la Av. Cívica (avda.), en las alledaños de la Reserva Histórica de Juan León Morúa y Morúa - Bolívar, en la parroquia Atocha-Pinilla, en la parte occidental de la ciudad.

(1°14'30" S 78°37'11" O)

Elaborado por: LÓPEZ, Pablo (2017)

7. Plan de Monitoreo y evaluación de la propuesta

El plan de seguimiento, monitoreo y evaluación es fundamental para saber si la ejecución de la propuesta ha logrado alcanzar resultados positivos. Para la demostración del presente trabajo es pertinente poner en marcha la propuesta para que los pobladores y las autoridades del sector observen de forma directa si el resultado es factible.

Para realizar el Análisis de los indicadores se realizará una evaluación tomando en cuenta los parámetros tomados en el siguiente cuadro.

Tabla 24: Plan de evaluación

PREGUNTAS	PLAN DE EVALUACION
¿Qué evaluar?	A los Turistas que adquieran el city tour
¿Por qué evaluar?	Porque la ejecución del city tour representa un gasto económico y disposición de tiempo.
¿Para qué evaluar?	Para verificar que el city tour diversifique la oferta turística
¿Quién evalúa?	Autoridades, administradores, turistas.
¿Cuándo evaluar?	Permanentemente
¿Cómo evaluar?	De manera practica con la puesta en marcha del city tour.
¿Cuáles son las fuentes de evaluación?	Autoridades relacionadas al trismo del cantón.

Autor: LÓPEZ, Pablo (2017)

ANEXOS

Fotografía 10



Autor: LÓPEZ, Pablo

Fotografía 11



Autor: LÓPEZ, Pablo

Fotografía 12



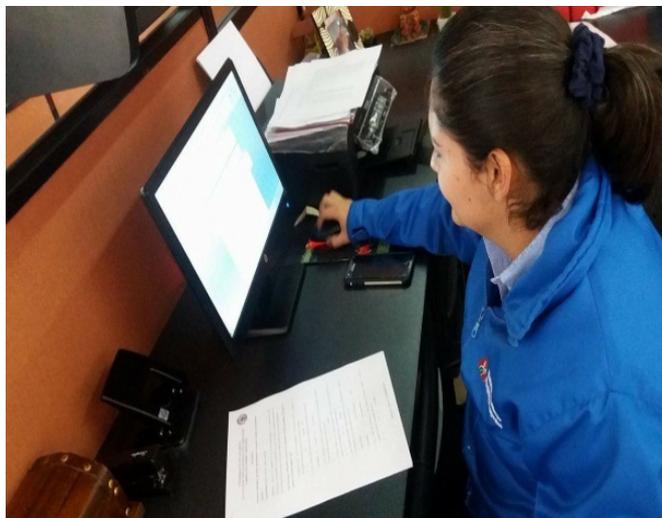
Autor: LÓPEZ, Pablo

Fotografía 13



Autor: LÓPEZ, Pablo

Fotografía 14



Autor: LÓPEZ, Pablo

Fotografía 15



Autor: LÓPEZ, Pablo



REPÚBLICA DEL ECUADOR
GAD MUNICIPALIDAD DE AMBATO

DIRECCIÓN DE CULTURA, TURISMO, DEPORTES y RECREACIÓN
UNIDAD DE PROMOCIÓN CULTURAL y TURÍSTICA

Ambato, enero 31 de 2017

Lic Mg
Oscar Abril
COORDINADOR DE CARRERA DE TURISMO y HOTELERIA
UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
Presente.-

En atención a oficio enviado por la Universidad Técnica de Ambato, Carrera de Turismo y Hotelería, en el que puntualmente solicita que se brinde el apoyo al señor estudiante Pablo Hernán López Luzuriaga, para que realice su trabajo de Investigación denominado "CITY TOUR COMO PRODUCTO ALTERNATIVO DE DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURISTICA DEL CANTON AMBATO, PROVINCIA DE TURNGURAHUA", al respecto me permito indicar que:

- Desde la Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación facilitaremos toda la información que se considere relevante para la realización del trabajo de investigación; debiendo al final del mismo remitir una copia con los resultados obtenidos.

Por su gentil atención, reitero mi más alto sentimiento de consideración y estima.

Atentamente,

Dr. Msc. Carlos Quinde

DIRECCIÓN DE CULTURA, TURISMO, DEPORTE y RECREACIÓN



CQ/ge
31/01/2017

Dirección: Rocafuerte y Lalama
Telf: (03)2 826315 / 2 822491 / Email:@ambato.gob.ec
www.ambato.gob.ec





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

Encuesta realizada a personas especializadas en el sector turístico en la ciudad de Ambato.

Encuestador: Pablo Hernan López Luzuriaga

Objetivo: Conocer la realidad de un sector determinado de la población, para determinar la factibilidad de la creación de un city tour como un producto alternativo de diversificación de la oferta turística del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

Instrucciones: Seleccione con una **X** la respuesta correcta apropiada a su modo de pensar a su juicio según el caso.

1. ¿Considera usted, que la accesibilidad a un city tour ayude a fortalecer los atractivos turísticos existentes en el cantón Ambato?
Si () No () En parte ()
2. A su criterio, ¿Qué horario seleccionaría para desarrollar un city tour?
La mañana () La tarde () La noche ()
3. ¿Cree usted que a través de la generación de un city tour se puede incrementar la oferta turística hacia el cantón Ambato?
Si () No () En parte ()
4. ¿Considera usted, que el cantón Ambato cuenta con atractivos turísticos que pueden ser considerados como un destino turístico?
Si () No () En parte ()
5. A su criterio, ¿Ordene según el grado de importancia los siguientes elementos con los que deberá contar el transporte turístico en el city tour?
Guía turístico () Aire acondicionad () Wifi ()

Comodidad () Vista panorámica () Lunch ()

6. ¿Cree usted que Ambato es una ciudad con recursos, bienes y servicios competitivos para el mercado turístico?

Si () No () En parte ()

7. ¿Según su óptica, valore los atractivos turísticos que posee el cantón Ambato? Valorar en una escala del 1-5(Siendo el número 1 el valor mínimo y 5 el valor máximo)

Atractivos	5	4	3	2	1
iiMuseo del colegio bolivar					
Museo provincial casa del portal					
Museo casa de Montalvo					
Casa museo Edmundo Martínez Mera					
Museo pachano Lalama					
Quinta de Montalvo					
Quinta de Juan León Mera					
Casa museo Martínez Holguín					
Jardín Botánico Atocha la Liria					
Iglesia La catedral de Ambato					
Iglesia la Merced					
Iglesia de la Medalla Milagrosa					
Iglesia de Santo Domingo					
Iglesia de San Francisco					
Monumento a la Primera Imprenta					
Iglesia del Señor del Consuelo(Pinllo)					
GAD Municipalidad de Ambato Edificio Matriz (Explanada)					

8. ¿Según su óptica, ¿considera usted que se debe diversificar la oferta turística en el cantón Ambato?

Si () No () En parte ()

9. ¿Según su experiencia, cree usted que un city tour en el cantón Ambato sería un producto competitivo en el mercado turístico?

Si () No () En parte ()

10. Según su óptica, ¿Qué precio considera usted apropiado para un servicio de city tour que cuenta con: guía turístico, visita a 7 lugares turísticos culturales, transporte en bus panorámico cómodo y lunch ?

-25 () 25-30 ()

31-35 () 36-40 ()

+ 40 ()

Bibliografía

- Acuña Pastrano, S. D. (2013). *Repositorio digital de la UDLA*. Obtenido de Repositorio digital de la UDLA: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1268>
- Aguilar Ontaneda, J. D. (2014). *Repositorio Digital de la UTMACH*. Obtenido de Repositorio Digital de la UTMACH: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4746/1/TUACE-2016-HT-CD00003.pdf>
- Ambato. (2016). Obtenido de Ambato: https://www.google.com.ec/?gws_rd=ssl#q=gad+ambato&rflfq=1&rlha=0&rllag=-1255162,-78628902,1471&tbm=lcl&tbs=lf_msr:-1,lf_pqs:EAE,lf:1,lf_ui:2
- Ancel, E. (2013). *Portal de turismo y hoteleria*. Obtenido de Portal de turismo y hoteleria: <http://www.poraqui.net/glosario/cicloturismo>
- Ascanio, A. (2012). *Teoria del Turismo*. México: Trillas. Recuperado el 6 de Abril de 2017
- Barbosa, M. E. (2007). La política del turismo cultural y diseño de producto turístico para el turismo cultural: caso : corredor turísyico BOGOTÁ- BOYACÁ-SANTANDER. *EAN*, 109.
- Barboza, M. (2007). La política del turismo cultural. *Sistema de información científica*, 109.
- Berbal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). Colombia: Palma, Orlando Fernández.
- Blogspot. (2009). Obtenido de Blogspot: <http://caminata13.blogspot.com/2009/07/concepto.html>
- Cabarcos Novas, N. (2011). *Adminostración de Servicios Turísticos*. Colombia: Ediciones de la U.
- Calderón Rivera, S. R. (Viernes de Mayo de 2009). *Estudios del turismo*. Obtenido de Estudios del turismo: <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>
- Campoverde Cueva, C. E. (2013). *ISSU*. Obtenido de ISSU: https://issuu.com/pucesd/docs/tesis_completa
- Canarias, G. d. (s.f.). *Actividades Turísticas - Gobierno de Canarias*. Recuperado el 6 de Abril de 2017, de Actividades Turísticas: http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir_gral_ordenacion_promocion/actividades_complementerias/index.html
- Castro, R. Q. (2007). *Elementos del Turismo* (Primera ed.). (C. Z. Murillo, Ed.) Costa Rica , San José, Costa Rica : EUNED. Recuperado el 17 de Mayo de 2017, de <https://books.google.com.ec/books?id=z8SgCXUIsGUC&pg=PA94&dq=el+tran>

sporte+turistico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjthqjFuPXTAhXC8CYKHZAkAUwQ6AEIODAE#v=onepage&q=el%20transporte%20turistico&f=false

- Chirinos, C. (29 de Enero de 2011). *Nicho de mercado*. Obtenido de Nicho de mercado: <http://www.redalyc.org/pdf/3374/337428495009.pdf>
- Chuman Maldonado, M. I. (2011). Planta turística. En M. I. Chuman Maldonado, *Planta turística* (págs. 1-2).
- Cirujeda, M. (2010). *Marc Cirujeda*. Obtenido de Marccirujeda: <http://marccirujeda.com/el-trabajo/la-fotografia-artistica/>
- Constante Mejía, D. C. (2013). *Repositorio digital UTA*. Obtenido de Repositorio digital UTA: http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5176/1/Tth_2013_120.pdf
- David, C. S. (2015). *Repositorio UTA*. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12862/1/FCHE-THP-218.pdf>
- De la Torre Alcívar, R. (Martes de Septiembre de 2009). Servicios Básicos para Todos. *El diario Manabita de libre pensamiento*.
- Dolly Tejada, B. (2007). *Administración de servicios de alimentación. Calidad, nutrición*. Antioquia: Editorial Universidad de Antioquia.
- Erazo Cicedo, J. P. (2012). *La cadena de valor de la empresa SAID S. A. y su influencia en el segmento de mercado*. Ambato.
- Escobar, A., & González, Y. (2011). *Marketing Turístico*. España: SINTESIS S. A. Valle hermoso, 34. 28015 Mdrid.
- España, I. d. (Noviembre de 2014). *Plan de turismo de compras*. Obtenido de Plan de turismo de compras: <http://www.tourspain.es/Documents/Plan%20de%20Turismo%20de%20Compras.pdf>
- Figueroa, L. F., Cavazos, J., & Moreno, Y. M. (17 de Diciembre de 2014). Desarrollo de productos. *El Periplo Sustentable*, 115 - 139. Recuperado el 17 de Mayo de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193435584005>
- Funlibre*. (2006). Obtenido de Funlibre: <http://www.redcreacion.org/documentos/congreso9/GMolina.html>
- Gamboa Guadalupe, J. F. (2012). *Repositorio digital de la Universidad Técnica de Ambato*. Ambato.
- García, C. (25 de Mayo de 2011). LA IMAGEN EN EL TURISMO URBANO: REVISITANDO EL TOLEDO ROMÁNTICO. *Cuadernos de Turismo*(27), 437-453. Recuperado el 11 de Mayo de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39820898025>

- González, F., & Morales, S. (2013). *Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Barcelona , Barcelona , España : Editorial UOC . Recuperado el 5 de Junio de 2017, de https://books.google.com.ec/books?id=_u7qAgAAQBAJ&pg=PT15&dq=importancia+del+turismo+urbano&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjzcartK3UAhXEzz4KHefLB-8Q6AEIMzAD#v=onepage&q=importancia%20del%20turismo%20urbano&f=false
- González, J., & Toro, M. (2015). *Turismo urbano en el cantón La Libertad: Diseño de un producto de circuito tipo city tour, y plan de promoción, como estrategia de desarrollo y fortalecimiento del turismo local, año 2015*.
- Grupo Excelencias. (2010). Transporte aéreo y desarrollo turístico en América Latina y el Caribe. *Excelencias Magazines*.
- Hakobyan, K. (2011). Turismo religioso y sitios sagrados. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 63-82.
- Hender, C., Doffour, G., Garcia, N., Gonzáles, E., Granado, L., Loyo, S., . . . Pérez, D. (Febrero de 2011). *Sistemas de información turísticos*. Obtenido de Sistemas de información turísticos: <http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/sistemas-informacion-turisticos/sistemas-informacion-turisticos.pdf>
- Hernández, J. Á. (1 de Febrero de 2008). TURISMO DE MASAS Y TRANSPORTE: EL GRAN RETO DEL TURISMO DEL SIGLO XXI. *REVISTA ELECTRÓNICA DE GEOGRAFÍA Y CIENCIAS SOCIALES, XII*. Recuperado el 17 de Mayo de 2017, de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-258.htm>
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2014). *Tutoría de la investigación científica*. Ambato.
- Jácome Oquendo, V. C. (2015). *Repositorio Digital UTE*. Obtenido de Repositorio Digital UTE: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13880/1/62018_1.pdf
- Jimenez Medina, M. A. (2015). "LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN CEVALLOS Y SU RELACIÓN CON LAS OREFENCIOAS TIRÍSTICAS DE LOS HOGARES DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA". Ambato.
- Lojo, A. (2016). Turismo chino en españa: un análisis del producto turístico, atracciones e itinerarios ofrecidos por agencias de viajes. *Cuadernos de turismo*, 512.
- López, R. (20 de Marzo de 2013). *Marketing digital desde cero*. Obtenido de Marketing digital desde cero: <https://marketingdigitaldesdecero.com/2013/03/20/el-blog-definicion-tipos-y-ventajas/>
- los mercados turísticos*. (2002). Obtenido de ESTRUCTURA DE MERCADOS: <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448148878.pdf>

- MINCENTUR. (2015). Obtenido de MINCENTUR:
<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3243>
- MINTUR. (2013). *Iglesias y Santuarios*.
- MINTUR. (2016). *Reglamento de alojamiento turístico*. Obtenido de Reglamento de alojamiento turístico.
- Montaner, J., Antich, J., & Arcarons, R. (2010). *Diccionario de Turismo*. Madrid, España: Síntesis S.A. Recuperado el 6 de Abril de 2017
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos, atractivos turísticos; conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de turismo*, 337.
- Núñez Cruz, Y. J. (2015). *Repositorio UTEQ*.
- Olmos, L., & García, R. (2016). *Estructura del Mercado Turístico* (Segunda ed.). Madrid, Madrid , España : Paraninfo S.A. Recuperado el 7 de Junio de 2017, de https://books.google.com.ec/books?id=mfj_CwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=estructura+del+mercado+turistico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjt_Pq6mK3UAhUC5CYKHV7bAvQQ6AEIKTAB#v=onepage&q&f=false
- OPEN. (Enero de 25 de 2014). Obtenido de OPEN: <http://www.open-buzoneo.com/ques-un-diptico/>
- OPEN. (25 de Enero de 2014). Obtenido de OPEN: <http://www.open-buzoneo.com/ques-un-diptico/>
- Osorio, M., & Novo, G. (2007). *Entorno del Turismo* (Vol. 2). México, México, México. Recuperado el 7 de Junio de 2017, de <https://books.google.com.ec/books?id=d7zv9PVOHrUC&pg=PA46&dq=importancia+de+los+atractivos+tur%C3%ADsticos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiospyxnK3UAhWBFT4KHXiVAhwQ6AEIJDAA#v=onepage&q=importancia%20de%20los%20atractivos%20tur%C3%ADsticos&f=false>
- Padilla, O. d. (2012). *TURISMO ACTIVIDAD MUNDIAL: Antecedentes historicos, Evolución mundial, Desarrollo en México* (Vol. I). Distrito Federal, México: Trillas. Recuperado el 06 de Abril de 2017
- Pasquel Quevedo, M. A. (2012). *Repositorio digital UTA*. Obtenido de Repositorio digital UTA:
http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/4619/1/ts%20hoteleria%20y%20turismo_2012_95.pdf
- Peláez Rodríguez, C. C. (2016). *Repositorio institucional de la ESPOCH*. Obtenido de Repositorio institucional de la ESPOCH.
- Pérez, M., Ruiz, J., & M. O. (20 de Junio de 2016). Evaluación para el desarrollo de una empresa especializada en guianza turística en Guayaquil Ecuador. *Turydes*.

- Pilco Amanta, G. P. (2014). *Repositorio digital de la ESPOCH*. Obtenido de Repositorio digital de la ESPOCH: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/3477/1/23T0406%20PILCO%20GEOVANNY.pdf>
- Pinassi, C. A. (2012). El marketing turístico del patrimonio cultural como alternativa del desarrollo del centro histórico de Bahía blanca Argentina. *Rosa dos ventos*, 61.
- Porto, J. P. (2008). *Definición de turismo*. Obtenido de Definición de turismo: <http://definicion.de/turismo/>
- Rengifo Chacón, T. M. (2011). *Repositorio UTA*. Ambato.
- Reyes de Velasco, G., & Gutiérrez, J. (2010). Situación actual del servicio de transporte turístico. *Turismo*, 302.
- Rivero, J. S., & Rengifo, J. (1 de Marzo de 2013). LA EVALUACIÓN DEL POTENCIAL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL. APLICACIÓN METODOLÓGICA SOBRE LA PROVINCIA DE CÁCERES. *Revista Internacional de Ciencia y Tecnología de la Información Geográfica*(13-1), 99-130. Recuperado el 16 de Mayo de 2017, de <http://www.geofocus.org/index.php/geofocus/article/view/263>
- Salinas, E., & Medina, N. (2 de Abril de 2009). LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS, PILARES DE LA COMERCIALIZACIÓN. *Estudios y Perspectiva en Turismo*, XVIII(2), 227-242. Recuperado el 17 de Mayo de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180714240007>
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (Cuarta ed.). (N. I. López, Ed.) México, México, México: McGRAWHILLINTERAMERICMA EDITORES, SA DE C.V. Recuperado el 16 de Mayo de 2017, de https://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf
- Sanches, C. C. (4 de Julio de 2009). *Teinica guianza turística*. Obtenido de Teinica guianza turística: <http://tecnicaguianzaturistica.blogspot.com/>
- Sanz, E. P. (2015). *EL TURISMO URBANO COMO AGENTE DE TRANSFORMACIÓN DEL "PRODUCTO CIUDAD"*. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA, Valencia. Recuperado el 5 de Mayo de 2017, de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/62238/Memoria.pdf?sequence=1>
- Sectur. (2010). Obtenido de Sectur: <http://administracion.realmexico.info/2013/06/sectur-clasificacion-de-turismo.html>
- SEMPLADES. (2014). *Plan estratégico SEMPLADES 2017*. Obtenido de Plan estratégico SEMPLADES 2017: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/10/Plan-Estrategico-Senplades-2014-2017.pdf>

- Seoáñez Calvo, M., & Angulo Aguado, I. (1997). *El medio ambiente en la opinión pública*. Madrid: Aedos, SA.
- Socatelli, M. (s.f.). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. Recuperado el 06 de Abril de 2017, de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.1.pdf>
- Sudamerica, A. P. (12 de Octubre de 2016). *Andes*. Obtenido de Andes: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/visitas-turistas-ecuador-subieron-64-primer-trimestre-2015.html>
- Ternero Romero, M. J. (2014). *Productos, servicios y destinos turísticos*. Málaga: IC Editorial.
- Vaca, J. C. (21 de Mayo de 2013). El transporte turístico. *El transporte turístico*. Obtenido de El transporte turístico: <https://profebaca.wordpress.com/2013/05/21/el-transporte-turistico-clasificacion/>
- Vera Torres , A. V. (2015). *Repositorio Digital de la Universidad de Cuenca*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23400/1/ADRIANA%20VERA%20ENSAYO.pdf>
- Villalba, C. (2009). *Matodología de la Investigación Científica*. Quito: Sur Editores.
- Villalba, C. (2009). *Metodología de la Investigacion Científica*. Quito, Pichincha , Ecuador : Sur Editores . Recuperado el 2 de Junio de 2017

EL CITY TOUR COMO UN PRODUCTO TURÍSTICO: UN ANÁLISIS DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE AMBATO.

López Luzuriaga Pablo Hernan
Diego Fernando Melo Fiallos

Universidad Técnica de Ambato
Av. Los Chasquis, Campus Huachi, Ecuador

pablohernanlopez89@gmail.com

Octubre 2016 – Marzo 2017

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo analizar la situación actual del turismo en la ciudad de Ambato y la factibilidad de la creación de un city tour por medio del cual se pueda diversificar la oferta turística del cantón y de esta manera incrementar el flujo de visitantes hacia la ciudad, convirtiéndola así en destino turístico que no pueda pasar desapercibido por los turistas. Ambato es una tierra con una arquitectura muy variada, una característica que la hace única son sus manifestaciones culturales populares. La investigación del trabajo investigativo es de tipo descriptiva-exploratoria y explicativa, descriptiva porque para recolectar información se recurrió a diferentes fuentes de información, para con posterioridad describir propuestas que solucionen el problema central, en base a las particularidades encontradas. Este tipo de investigación busca caracterizar las propiedades importantes de personas, grupos o comunidades o cualquier otro elemento-fenómeno que pueda ser sometido a un análisis. (Villalva, 2009). El diseño del trabajo es documental de campo debido a que se realizó en la ciudad de Ambato. En los instrumentos para la recolección de la información se realizó una encuesta estructurada la cual permitió visualizar la situación actual del turismo en la ciudad y su factibilidad de implementar un producto turístico. La población que intervino en el presente trabajo investigativo estuvo constituida por personal conocedor de la actividad turística del cantón Ambato. Los resultados obtenidos expresan los beneficios y la implementación de un city tour que en función de los atractivos turísticos los servidores turísticos generan el desarrollo global del sector turístico.

Palabras claves

Atractivos, city tour, turismo, producto, diversificación.

ABSTRACT

The present work had as objective to analyze the current situation of the tourism in the city of Ambato and the feasibility of the creation of a city tour by means of which it is possible to diversify the tourist offer of the canton and in this way to increase the flow of visitors towards the City, turning it into a tourist destination that can not go unnoticed by tourists. Ambato is a land with a very varied architecture, a characteristic that makes it unique are its popular cultural manifestations. The investigation of the research work is descriptive-exploratory and explanatory, descriptive because to collect information was resorted to different sources of information, to later describe proposals that solve the central problem, based on the particularities encountered. This type of research seeks to characterize the important properties of people, groups or communities or any other element-phenomenon that can be subjected to an analysis. (Villalva, 2009). The design of the work is field documentary because it was done in the city of Ambato. In the instruments for the collection of the information a structured survey was carried out which allowed to visualize the current situation of the tourism in the city and its feasibility of implementing a tourist product. The population that intervened in the present investigative work was constituted by personnel knowledgeable of the tourist activity of the canton Ambato. The results obtained express the benefits and the implementation of a city tour that according to the tourist attractions the tourist servers generate the global development of the tourism sector.

Keywords

Attractive, city tour, tourism, product, diversification.

INTRODUCCIÓN

En el presente artículo se expone el city tour como un producto turístico, debido a que en los años recientes ha emergido una nueva alternativa para el turismo en la cual se toma como referencia las ciudades presentes y futuras como un paisaje fracturado en enclaves protegidos, rodeados de diversas áreas de importancia turística. De esta manera el city tour o turismo de ciudad tiene un gran potencial debido a las nuevas tendencias sociales, la fragmentación de las vacaciones etc. Es así que el turismo es el sector con el crecimiento más rápido a nivel mundial, por eso es bueno comenzar a gestionar esta nueva modalidad de turismo de manera ordenada permitiendo que este fenómeno alcance un crecimiento rentable. La importancia de la investigación radica que la ciudad de Ambato es considerada como un objeto de consumo turístico (producto turístico) tiene distintos componentes, esto incluye la propia ciudad que abarca desde el emplazamiento y sus rasgos particulares, a los elementos materiales que constituyen físicamente la ciudad en especial los que tienen un gran valor patrimonial, histórico, cultural o recreativo.

El presente trabajo fue substancial debido a que se realizó un análisis de la situación actual del turismo y la factibilidad de la implementación de un city tour en la ciudad de Ambato cuyo objetivo esta direccionado a diversificar la oferta turística y de esta manera incrementar el flujo de visitantes hacia la ciudad, convirtiéndola así en destino turístico que no pueda pasar desapercibido por los turistas.

Ambato es una tierra con una arquitectura muy variada, una característica que la hace única son sus manifestaciones culturales populares que tienen, su máxima expresión en el Carnaval se da con la Fiesta de la Fruta y de las Flores. El turismo en la ciudad de Ambato es cada día más creciente, ya que tiene atractivos, sitios y lugares turísticos de visitar. Por otro lado Ambato constituye un motor fundamental de turismo intraprovincial para sus parroquias y cantones vecinos, adicionalmente la ciudad no deja de ser un destino por sí misma, dando el perfil de sus atractivos muy vinculados al tema cultural e histórico.

Es eje además de un circuito establecido de turismo de índole comercial, o de compras en tomo a los centros artesanales de Ambatillo y Quisapincha. Y sobre todo lo es en tanto alberga a la fiesta de las flores y las frutas siendo este su principal producto turístico y uno de los eventos más posicionados y fuertes dentro del turismo nacional.

En base a tales consideraciones la OMT señala que el turismo urbano se ha vuelto un elemento estratégico en la planificación y gestión de las ciudades. El atractivo de la cultura urbana y la mayoría de los otros aspectos de la vida de la ciudad reciben cada vez mayor atención por parte de los turistas. El turismo puede contribuir a la mejora de la economía local: mejores productos turísticos mejorar la calidad de la ciudad de la vida, un factor cada vez más importante a la hora de elegir un lugar de negocios. (Sanz, 2015).

De esta manera Elena Peña Sanz (2011) manifiesta que uno de los elementos fundamentales para diseñar el producto turístico urbano destinado a las personas que tienen una motivación cultural, es la imagen de la ciudad. El papel que tiene es determinante en el atractivo que consiga despertar ese núcleo. De ahí el interés en crear imágenes sugestivas. La ciudad despierta el interés del visitante y es susceptible de

convertirse en destino turístico, siendo una opción la del turismo cultural, aunque no la única posibilidad. El turismo urbano y el turismo cultural tienden erróneamente a equipararse, ya que el turismo cultural no se desarrolla sólo en los destinos urbanos, y las ciudades no atraen a los turistas por sus atracciones culturales, a lo que se suma que no siempre resulta conveniente a la ciudad perseguir el posicionamiento como destino cultural. (Sanz, 2015, pág. 17)

Cualquier destino urbano que quiere desarrollar el turismo como la rama principal de su economía, debe evaluar cuidadosamente su potencial de desarrollo, y después de ello, debe establecer la mejor manera de capitalizarlo.

Análisis del potencial turístico de la ciudad de Ambato

La ciudad de Ambato constituye por sí misma un destino lleno de atractivos naturales y humanos para turistas de cualquier procedencia. Su paisaje está enmarcado en un horizonte de montañas nevadas, el contraste que ofrece entre lomas erosionadas y planicies cultivadas como un jardín, proporcionan al cantón una imagen inconfundible entre todas las ciudades del Ecuador. Dividida por su río homónimo (Ambato), invita a visitar los diferentes barrios, entre los que se encuentran: Miraflores, Ficoa, la Vicentina, San Antonio, Ingahurco, Atocha, entre otros. Entre los sitios de interés figuran la casa y mausoleo del insigne escritor universal, Don Juan Montalvo, el parque que lleva su nombre y su Quinta en Ficoa, Quinta de Don Juan León Mera, Quinta La Liria del escritor y pintor Don Luis A. Martínez, parque Pedro Fermín Cevallos, y parque Juan Benigno Vela.

En base a tales consideraciones Sánchez; Rivero & Rengifo (2013) manifiestan que el análisis del sistema turístico parte de la combinación de diferentes factores interrelacionados como los recursos, la oferta, la demanda y el propio contexto territorial en el que se desarrolla la actividad. De todos ellos, los recursos o más propiamente los atractivos turísticos son los que sustentan el sistema turístico apoyados por los operadores del mercado; se trata del tópico de la conceptualización de los mismos como la materia prima.

Turismo urbano como agente transformador de la ciudad

Para Elena Peña Sanz (2015) dice que en el turismo hay un cambio hacia vacaciones culturales más activas. El atractivo de la cultura urbana y la mayoría de los otros aspectos de la vida de la ciudad reciben cada vez mayor atención por parte de los turistas. Cómo lidiar con estas oportunidades es un desafío para la industria turística, así como a los gobiernos locales y regionales. Mientras que la industria está interesada en las acciones y

las ganancias del mercado, gobernadores locales en muchas ciudades están en busca de nuevas funciones económicas prometedoras; la función turística es evidentemente uno de ellos. El turismo puede contribuir a la mejora de la economía local: mejores productos turísticos mejorar la calidad de la ciudad de la vida, un factor cada vez más importante a la hora de elegir un lugar de negocios. Por otro lado en el momento actual se destacan dos grandes motivaciones para viajar a los núcleos urbanos, que dan lugar a dos distintas modalidades: el turismo de negocios y el turismo cultural. En el primer caso los desplazamientos son realizados por profesionales debido a motivos de trabajo; incluyen tanto los viajes individuales relacionados con el desempeño de una actividad laboral, como también los organizados para asistir a congresos, convenciones, ferias, exposiciones y otras actividades similares. (García, 2011, pág. 438)

El transporte y su relación con el turismo

El transporte constituye un ente importante para el desarrollo turístico debido a que el transporte turístico tiene una función básica a diferencia de otros, su función radica en el mayor y mejor aprovechamiento del tiempo libre para visitar los diferentes sitios de interés turístico, además la transportación turística es el servicio que alimenta el movimiento de viajar. En base a tales consideraciones Hernández (2008) manifiesta que el transporte es el principal parámetro en el que se asienta el turismo, pues sin los medios de transporte y las infraestructuras que le sirven de soporte el turismo no podría materializarse y menos aún alcanzar los enormes flujos que se registran en el presente. Por todo ello, la mejora considerable de la accesibilidad -o democratización-, a los medios e infraestructuras de transporte que se ha producido en los últimos cincuenta años ha sido la auténtica columna vertebral del turismo. Es evidente entonces que el indiscutible avance en la accesibilidad al transporte, solo ha sido posible cuando al menos las clases medias han tenido la posibilidad de moverse cada vez más, sentando las bases del turismo.

Además la importancia del transporte es tal, que la misma evolución de la actividad turística ha estado íntimamente ligada con su paulatino mejoramiento, diversificación y desarrollo. El transporte no solo permite el traslado de los visitantes sino también de todo lo necesario para el funcionamiento del turismo, así cuando se refiere al transporte como una forma de turismo se hace referencia básicamente a los desplazamientos que estos propician entre el lugar de origen y el destino. (Castro, 2007)

El producto turístico como pilar fundamental para diversificar la oferta turística

Un producto turístico se conforma de todo un grupo de actividades, servicios y beneficios que dan lugar a la experiencia del turismo a través de cinco componentes esenciales: atracciones del lugar de destino, instalaciones del destino, accesibilidad, imagen y precio que junto con la combinación apropiada de los aspectos físicos, servicios y asociaciones simbólicas contribuyen a satisfacer los deseos y necesidades de los consumidores. (Figuerola, Cavazos, & Moreno, 2014)

De esta manera Salinas & Medina (2009) aluden que los productos turísticos, por la gran variedad y diversidad de los componentes que los conforman, resultan de los más complejos entre todos los productos. Además de diseñarse para satisfacer las necesidades del hombre, también deben brindar una experiencia que resulte merecedora de ser recordada. Los productos turísticos se consumen al mismo tiempo que se producen y la percepción de su calidad es totalmente individual y va variar de acuerdo con la formación, la personalidad y los gustos de determinado cliente, así como por las condiciones objetivas imperantes en el momento de recibir el servicio relacionadas con el ambiente en general y con los que están prestando el servicio.

METODOLOGÍA

La presente investigación se desarrolló utilizando una metodología descriptiva-exploratoria y explicativa, descriptiva porque para recolectar información se recurrió a diferentes fuentes de información, para con posterioridad describir propuestas que solucionen el problema central, en base a las particularidades encontradas. Es así que Sampieri, Fernández, & Baptista (2006) manifiestan que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. A la vez exploratoria debido a que la indagación se desarrolló en un sector global que no ha sido investigado de esta manera Sampieri (2006, págs. 100-101) alude que la investigación es exploratoria en vista de que se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio. Además en la investigación se utilizó un método explicativo que se basa en explicar el comportamiento de las variables, desde el punto de vista individual y correccional. De esta manera también se empleó una investigación de campo en vista de que se llevara a cabo en el cantón Ambato, para analizar los aspectos positivos o negativos de un city tour, además se realizó una intervención social su importancia radica en el contacto directo con los habitantes del cantón y con los turistas que visitan el mismo, sus

aportaciones u opiniones son de gran importancia para el presente trabajo investigativo.

En el presente estudio la población está compuesta de la siguiente manera. (Ver tabla 25)

Tabla 25: Población

Entidad	Número de Entidades	Nº Representantes
Departamento de cultura, turismo, deporte y recreación	1	6
Unidad de turismo del gobierno provincial de Tungurahua.	1	6
Dirección provincial de turismo de Tungurahua.	1	3
Cámara de turismo de Tungurahua.	1	4
CONAGOPARE	1	1
Total		20

Elaborado por: LOPEZ, Pablo (2017)

La indagación de campo se realizará a todo el universo de estudio, en vista que es un número mínimo (20 personas), por lo que no es necesario establecer una muestra, cabe recalcar que las personas que van a ser encuestadas son expertos en el ámbito turístico por lo cual se podrá obtener una información más fidedigna y confiable para la presente investigación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para la obtención de los resultados dentro del presente artículo se realizó un formato de encuesta, la misma que fue aplicada a la población con el objetivo de alcanzar los propósitos deseados. Las encuestas realizadas sirvieron como instrumento de recolección de datos para desarrollar el presente trabajo investigativo. De esta forma en la encuesta aplicada se preguntó si la accesibilidad a un city tour ayude a fortalecer los atractivos turísticos existentes en el cantón Ambato, en donde se obtuvo los siguientes resultados. (Véase tabla 26)

Tabla 26: Atractivos turísticos

Variable	población con características estudiadas (n= 20)	
X2	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	70%
NO	1	5%
En parte	5	25%

Elaborado por: LOPEZ, Pablo (2017)

Fuente: Encuesta

De esta manera la mayoría de las personas encuestadas afirman que la accesibilidad a un city tour si ayudara a fortalecer los atractivos turísticos en el cantón Ambato, debido a que por medio de la creación de este producto se podrá integrar los diferentes atractivos que posee el cantón lo cual ayudara para que sean difundidos en los diferentes medios de publicidad y por ende puedan posicionarse en los nichos de mercado. En base a tales consideraciones Osorio & Novo (2007) manifiestan que el espacio turístico tiene sus propias características debido a que las principales componentes del producto turístico es el espacio en cual se lleve a cabo la actividad turística, debido a que es posible espacio natural, histórico-cultural y el equipado para la diversión. Esto es importante porque el consumidos del espacio turístico tiene un peso muy importante en los procesos socioeconómicos de determinado lugar.

Además se planteó la pregunta que menciona si a través de la generación de un city tour se puede incrementar la oferta turística hacia el cantón Ambato, obteniendo los siguientes resultados. (Véase tabla 27)

Tabla 27: Atractivos turísticos

Variable	población con características estudiadas (n= 20)	
X2	Frecuencia	Porcentaje
SI	17	85%
NO	0	0%
En parte	3	15%

Elaborado por: LOPEZ, Pablo (2017)

Fuente: Encuesta

De acuerdo a lo investigado se concluye que a través de la generación de un city tour, si se puede incrementar la oferta turística hacia el cantón Ambato y por consiguiente el crecimiento económico del cantón, provincia y país. De esta forma González & Morales (2013) exponen que el consumo turístico de la ciudad parte de los parámetros diferentes a los de anteriores épocas y condicionan la manera de generar productos y experiencias de

ocio en la sociedad actual. Es vital manifestar que mediante la implementación de un city tour en la ciudad de Ambato se logró integrar los diversos atractivos que posee en un solo producto el cual permitirá potencializar los recursos dentro de un segmento de mercado.

En relación a los sitios de interés turístico se preguntó si el cantón Ambato cuenta con recursos, bienes y servicios competitivos para el mercado turístico. (Ver tabla 28)

Tabla 28: Atractivos turísticos

Variable	población con características estudiadas (n= 20)	
	Frecuencia	Porcentaje
X2		
SI	10	50%
NO	1	5%
En parte	9	45%

Elaborado por: LOPEZ, Pablo (2017)

Fuente: Encuesta

El cantón Ambato si cuenta con recursos, bienes y servicios competitivos para el mercado turístico, que a corto o a mediano plazo se espera que puedan convertirse en un destino turístico reconocido a nivel local, nacional e internacional. Entre los sitios de interés figuran la casa y mausoleo del insigne escritor universal, Don Juan Montalvo, el parque que lleva su nombre y su Quinta en Ficoa, Quinta de Don Juan León Mera, Quinta La Liria del escritor y pintor Don Luis A. Martínez, parque Pedro Fermín Cevallos, y parque Juan Benigno Vela, todos estos estos atractivos de gran importancia permiten que el cantón Ambato se posicione como un destino turístico potencial.

También se planteó la pregunta si es de vital importancia diversificar la oferta turística en el cantón Ambato, obteniendo como resultado lo siguiente. (Ver tabla 5)

Tabla N° 5:
Atractivos turísticos

Variable	población con características estudiadas (n= 20)	
	Frecuencia	Porcentaje
X2		
SI	11	50%
NO	5	5%
En parte	4	45%

Elaborado por: LOPEZ, Pablo (2017)

Fuente: Encuesta

Esto significa que la mayoría de encuestados afirman que, si se debe tener más alternativas que diversifiquen la oferta turística del cantón para cubrir el mercado turístico

existente. De esta manera Olmos & García (2016) dicen que si quieren atraer corrientes turísticas a lo largo de todo el año los destinos deben ofrecer actividades turísticas en distintas temporadas ofreciendo un turismo cultural en temporada baja con propuestas como visitas a monumentos, monumentos, jornadas o muestras gastronómicas, exposiciones, festivales etc. De este modo la oferta actual de muchos destinos turísticos es multiproducto: turismo rural, urbano, de negocios, deportivo etc.

CONCLUSIONES

En la investigación desarrollada se determinó que la ciudad de Ambato posee una gran biodiversidad turística histórica- cultural lo cual le favorece para que se pueda potencializar un turismo urbano debido a que en los últimos años esta nueva tendencia turística ha tomado importancia en los turistas que buscan disfrutar de un ambiente diferente en el cual se conjuguen lo histórico, paisajístico y cultural.

El crecimiento turístico del Cantón Ambato va a depender en gran medida del desarrollo de planes estratégicos, la visión a medio y largo plazo, la desconcentración de los atractivos turísticos, la promoción responsable, la diversificación de la oferta cultural y el respeto de la identidad local, debido a que son parámetros fundamentales que se potencialice el turismo en la ciudad.

La ciudad está viva y en constante proceso de cambio o transformación, y el turismo urbano es un agente más en ese proceso, que depende de una buena gestión para así convertirse en un fenómeno positivo en el ámbito turístico.

El cantón Ambato es un sitio privilegiado conocido como la Cuna de los tres Juanes posee una gran historia cultural que atrae a propios y extraños, sin embargo existen varios ámbitos que deberían ser estudiados con mayor énfasis los cuales contribuirán a un mejor crecimiento del Cantón y por ende ayudara al desarrollo turístico del sector.

Bibliografía

- Acuña Pastrano, S. D. (2013). *Repositorio digital de la UDLA*. Obtenido de Repositorio digital de la UDLA: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/1268>
- Aguilar Ontaneda, J. D. (2014). *Repositorio Digital de la UTMACH*. Obtenido de Repositorio Digital de la UTMACH: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4746/1/TUACE-2016-HT-CD00003.pdf>
- Ambato. (2016). Obtenido de Ambato: https://www.google.com.ec/?gws_rd=ssl#q=gad+ambato&rflfq=1&rlha=0&rllag=-1255162,-78628902,1471&tbm=lcl&tbs=lf_msr:-1,lf_pqs:EAE,lf:1,lf_ui:2
- Ancel, E. (2013). *Portal de turismo y hotelería*. Obtenido de Portal de turismo y hotelería: <http://www.poraqui.net/glosario/cicloturismo>
- Ascanio, A. (2012). *Teoría del Turismo*. México: Trillas. Recuperado el 6 de Abril de 2017
- Barbosa, M. E. (2007). La política del turismo cultural y diseño de producto turístico para el turismo cultural: caso : corredor turístico BOGOTÁ- BOYACÁ-SANTANDER. *EAN*, 109.
- Barboza, M. (2007). La política del turismo cultural. *Sistema de información científica*, 109.
- Berbal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). Colombia: Palma, Orlando Fernández.
- Blogspot. (2009). Obtenido de Blogspot: <http://caminata13.blogspot.com/2009/07/concepto.html>
- Cabarcos Novas, N. (2011). *Administración de Servicios Turísticos*. Colombia: Ediciones de la U.
- Calderón Rivera, S. R. (Viernes de Mayo de 2009). *Estudios del turismo*. Obtenido de Estudios del turismo: <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>
- Campoverde Cueva, C. E. (2013). *ISSU*. Obtenido de ISSU: https://issuu.com/pucesd/docs/tesis_completa
- Canarias, G. d. (s.f.). *Actividades Turísticas - Gobierno de Canarias*. Recuperado el 6 de Abril de 2017, de Actividades Turísticas: http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir_gral_ordenacion_promocion/actividades_complementarias/index.html

- Castro, R. Q. (2007). *Elementos del Turismo* (Primera ed.). (C. Z. Murillo, Ed.) Costa Rica , San José, Costa Rica : EUNED. Recuperado el 17 de Mayo de 2017, de <https://books.google.com.ec/books?id=z8SgCXUlsGUC&pg=PA94&dq=el+transporte+turistico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjthqjFuPXTAhXC8CYKHZAkAUwQ6AEI ODAE#v=onepage&q=el%20transporte%20turistico&f=false>
- Chirinos, C. (29 de Enero de 2011). *Nicho de mercado*. Obtenido de Nicho de mercado: <http://www.redalyc.org/pdf/3374/337428495009.pdf>
- Chuman Maldonado, M. I. (2011). Planta turística. En M. I. Chuman Maldonado, *Planta turística* (págs. 1-2).
- Cirujeda, M. (2010). *Marc Cirujeda*. Obtenido de Marrc Cirujeda: <http://marccirujeda.com/el-trabajo/la-fotografia-artistica/>
- Constante Mejía, D. C. (2013). *Repositorio digital UTA*. Obtenido de Repositorio digital UTA: http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5176/1/Tth_2013_120.pdf
- David, C. S. (2015). *Reposotorio UTA*. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12862/1/FCHE-THP-218.pdf>
- De la Torre Alcívar, R. (Martes de Septiembre de 2009). Servicios Básicos para Todos. *El diario Manabita de libre pensamiento*.
- Dolly Tejada, B. (2007). *Administración de servicios de alimentación. Calidad, nutrición*. Antioquia: Editorial Universidad de Antioquia.
- Erazo Cicedo, J. P. (2012). *La cadena de valor de la empresa SAID S. A. y su influencia en el segmento de mercado*. Ambato.
- Escobar, A., & González, Y. (2011). *Marketing Turístico*. España: SINTESIS S. A. Valle hermoso, 34. 28015 Mdrid.
- España, I. d. (Noviembre de 2014). *Plan de turismo de compras*. Obtenido de Plan de turismo de compras: <http://www.tourspain.es/Documents/Plan%20de%20Turismo%20de%20Compras.pdf>
- Figueroa, L. F., Cavazos, J., & Moreno, Y. M. (17 de Diciembre de 2014). Desarrollo de productos. *El Periplo Sustentable*, 115 - 139. Recuperado el 17 de Mayo de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193435584005>
- Funlibre*. (2006). Obtenido de Funlibre: <http://www.redcreacion.org/documentos/congreso9/GMolina.html>
- Gamboa Guadalupe, J. F. (2012). *Repositorio digital de la Universidad Técnica de Ambato*. Ambato.

- García, C. (25 de Mayo de 2011). LA IMAGEN EN EL TURISMO URBANO: REVISITANDO EL TOLEDO ROMÁNTICO. *Cuadernos de Turismo*(27), 437-453. Recuperado el 11 de Mayo de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39820898025>
- González, F., & Morales, S. (2013). *Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Barcelona , Barcelona , España : Editorial UOC . Recuperado el 5 de Junio de 2017, de https://books.google.com.ec/books?id=_u7qAgAAQBAJ&pg=PT15&dq=importancia+del+turismo+urbano&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewjzcartK3UAhXEzz4KHefLB-8Q6AEIMzAD#v=onepage&q=importancia%20del%20turismo%20urbano&f=false
- González, J., & Toro, M. (2015). *Turismo urbano en el cantón La Libertad: Diseño de un producto de circuito tipo city tour, y plan de promoción, como estrategia de desarrollo y fortalecimiento del turismo local, año 2015*.
- Grupo Excelencias. (2010). Transporte aéreo y desarrollo turístico en América Latina y el Caribe. *Excelencias Magazines*.
- Hakobyan, K. (2011). Turismo religioso y sitios sagrados. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 63-82.
- Hender, C., Doffour, G., Garcia, N., Gonzáles, E., Granado, L., Loyo, S., . . . Pérez, D. (Febrero de 2011). *Sistemas de información turísticos*. Obtenido de Sistemas de información turísticos: <http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/sistemas-informacion-turisticos/sistemas-informacion-turisticos.pdf>
- Hernández, J. Á. (1 de Febrero de 2008). TURISMO DE MASAS Y TRANSPORTE: EL GRAN RETO DEL TURISMO DEL SIGLO XXI. *REVISTA ELECTRÓNICA DE GEOGRAFÍA Y CIENCIAS SOCIALES*, XII. Recuperado el 17 de Mayo de 2017, de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-258.htm>
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2014). *Tutoría de la investigación científica*. Ambato.
- Jácome Oquendo, V. C. (2015). *Repositorio Digital UTE*. Obtenido de Repositorio Digital UTE: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13880/1/62018_1.pdf
- Jimenez Medina, M. A. (2015). "LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN CEVALLOS Y SU RELACIÓN CON LAS OREFENCIOAS TIRÍSTICAS DE LOS HOGARES DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA". Ambato.
- Lojo, A. (2016). Turismo chino en españa: un análisis del producto turístico, atracciones e itinerarios ofrecidos por agencias de viajes. *Cuadernos de turismo*, 512.

- López, R. (20 de Marzo de 2013). *Marketing digital desde cero*. Obtenido de Marketing digital desde cero: <https://marketingdigitaldesdecero.com/2013/03/20/el-blog-definicion-tipos-y-ventajas/>
- los mercados turísticos*. (2002). Obtenido de ESTRUCTURA DE MERCADOS: <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448148878.pdf>
- MINCENTUR. (2015). Obtenido de MINCENTUR: <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3243>
- MINTUR. (2013). *Iglesias y Santuarios*.
- MINTUR. (2016). *Reglamento de alojamiento turístico*. Obtenido de Reglamento de alojamiento turístico.
- Montaner, J., Antich, J., & Arcarons, R. (2010). *Diccionario de Turismo*. Madrid, España: Síntesis S.A. Recuperado el 6 de Abril de 2017
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos, atractivos turísticos; conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de turismo*, 337.
- Núñez Cruz, Y. J. (2015). *Repositorio UTEQ*.
- Olmos, L., & García, R. (2016). *Estructura del Mercado Turístico* (Segunda ed.). Madrid, Madrid , España : Paraninfo S.A. Recuperado el 7 de Junio de 2017, de https://books.google.com.ec/books?id=mfj_CwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=estructura+del+mercado+turistico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjt_Pq6mK3UAhUC5CYKHV7bAvQQ6AEIKTAB#v=onepage&q&f=false
- OPEN. (Enero de 25 de 2014). Obtenido de OPEN: <http://www.open-buzoneo.com/que-es-un-diptico/>
- OPEN. (25 de Enero de 2014). Obtenido de OPEN: <http://www.open-buzoneo.com/que-es-un-diptico/>
- Osorio, M., & Novo, G. (2007). *Entorno del Turismo* (Vol. 2). México, México, México. Recuperado el 7 de Junio de 2017, de <https://books.google.com.ec/books?id=d7zv9PVOHrUC&pg=PA46&dq=importancia+de+los+atractivos+tur%C3%ADsticos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiospyxnK3UAhWBFT4KHxiVAhwQ6AEIJDA#v=onepage&q=importancia%20de%20los%20atractivos%20tur%C3%ADsticos&f=false>
- Padilla, O. d. (2012). *TURISMO ACTIVIDAD MUNDIAL: Antecedentes historicos, Evolución mundial, Desarrollo en México* (Vol. I). Distrito Federal, México: Trillas. Recuperado el 06 de Abril de 2017
- Pasquel Quevedo, M. A. (2012). *Repositorio digital UTA*. Obtenido de Repositorio digital UTA:

http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/4619/1/ts%20hoteleria%20y%20turismo_2012_95.pdf

- Peláez Rodríguez, C. C. (2016). *Repositorio institucional de la ESPOCH*. Obtenido de Repositorio institucional de la ESPOCH.
- Pérez, M., Ruiz, J., & M. O. (20 de Junio de 2016). Evaluación para el desarrollo de una empresa especializada en guianza turística en Guayaquil Ecuador. *Turydes*.
- Pilco Amanta, G. P. (2014). *Repositorio digital de la ESPOCH*. Obtenido de Repositorio digital de la ESPOCH:
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/3477/1/23T0406%20PILCO%20GEOVANNY.pdf>
- Pinassi, C. A. (2012). El marketing turístico del patrimonio cultural como alternativa del desarrollo del centro histórico de Bahía blanca Argentina. *Rosa dos ventos*, 61.
- Porto, J. P. (2008). *Definición de turismo*. Obtenido de Definición de turismo:
<http://definicion.de/turismo/>
- Rengifo Chacón, T. M. (2011). *Repositorio UTA*. Ambato.
- Reyes de Velasco, G., & Gutiérrez, J. (2010). Situación actual del servicio de transporte turístico. *Turismo*, 302.
- Rivero, J. S., & Rengifo, J. (1 de Marzo de 2013). LA EVALUACIÓN DEL POTENCIAL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL. APLICACIÓN METODOLÓGICA SOBRE LA PROVINCIA DE CÁCERES. *Revista Internacional de Ciencia y Tecnología de la Información Geográfica*(13-1), 99-130. Recuperado el 16 de Mayo de 2017, de <http://www.geofocus.org/index.php/geofocus/article/view/263>
- Salinas, E., & Medina, N. (2 de Abril de 2009). LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS, PILARES DE LA COMERCIALIZACIÓN. *Estudios y Perspectiva en Turismo*, XVIII(2), 227-242. Recuperado el 17 de Mayo de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180714240007>
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (Cuarta ed.). (N. I. López, Ed.) México, México, México: McGRAWHILLINTERAMERICMA EDITORES, SA DE C.V. Recuperado el 16 de Mayo de 2017, de https://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf
- Sanches, C. C. (4 de Julio de 2009). *Teinica guianza turística*. Obtenido de Teinica guianza turística: <http://tecnicaguianzaturistica.blogspot.com/>

- Sanz, E. P. (2015). *EL TURISMO URBANO COMO AGENTE DE TRANSFORMACIÓN DEL "PRODUCTO CIUDAD"*. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA, Valencia. Recuperado el 5 de Mayo de 2017, de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/62238/Memoria.pdf?sequence=1>
- Sectur. (2010). Obtenido de Sectur: <http://administracion.realmexico.info/2013/06/sectur-clasificacion-de-turismo.html>
- SEMPLADES. (2014). *Plan estratégico SEMPLADES 2017*. Obtenido de Plan estratégico SEMPLADES 2017: <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/10/Plan-Estrategico-Senplades-2014-2017.pdf>
- Seoánez Calvo, M., & Angulo Aguado, I. (1997). *El medio ambiente en la opinión pública*. Madrid: Aedos, SA.
- Socatelli, M. (s.f.). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. Recuperado el 06 de Abril de 2017, de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.1.pdf>
- Sudamerica, A. P. (12 de Octubre de 2016). *Andes*. Obtenido de Andes: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/visitas-turistas-ecuador-subieron-64-primer-trimestre-2015.html>
- Ternero Romero, M. J. (2014). *Productos, servicios y destinos turísticos*. Málaga: IC Editorial.
- Vaca, J. C. (21 de Mayo de 2013). El transporte turistico. *El transporte turistico*. Obtenido de El transporte turistico: <https://profebaca.wordpress.com/2013/05/21/el-transporte-turistico-clasificacion/>
- Vera Torres , A. V. (2015). *Repositorio Digital de la Universidad de Cuenca*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23400/1/ADRIANA%20VE RA%20ENSAYO.pdf>
- Villalba, C. (2009). *Matodología de la Investigación Científica*. Quito: Sur Editores.
- Villalba, C. (2009). *Metodología de la Investigacion Científica*. Quito, Pichincha , Ecuador : Sur Editores . Recuperado el 2 de Junio de 2017