



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

MODALIDAD PRESENCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACION

Previo a la Obtención de Grado de Licenciada En Turismo Y Hotelería

**LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS COMO APORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA
PARROQUIA RIO NEGRO CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA PROVINCIA DE
TUNGURAHUA**

AUTORA: María Belén Urquizo Paredes

TUTORA: Licda.PhD Yolanda Pérez


AMBATO – ECUADOR

Abril – Septiembre 2017

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUCIÓN O TITULACIÓN

CERTIFICA:

Yo, Yolanda Pérez Jerez C.C 1802231249 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema **“LOS ATRACTIVOS TURISTICOS COMO APORTE AL DESARROLLO TURISTICO LA PARROQUIA RÍO NEGRO CANTÓN BAÑOS, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”** desarrollado por el egresado Urquiza Paredes María Belén considero que dicho informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación el mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la comisión calificadora designada por H. Consejo Directivo.



YOLANDA PEREZ JEREZ

C.C 1802231249

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

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




URQUIZO PAREDES MARIA BELEN

CC: 1600632341

CESIÓN DE DERECHOS DE LA AUTORA

Cedo los derechos en línea patrimonial del presente Trabajo Final de Grado o

Titulación sobre el tema: **“LOS ATRACTIVOS TURISTICOS COMO APORTE AL DESARROLLO TURISTICO LA PARROQUIA RÍO NEGRO CANTÓN BAÑOS, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”** Autorizo su reproducción total o parcial siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato respetando mis derechos de autor y no utilice con fines de lucro.



URQUIZO PAREDES MARIA BELEN

CC. 1600632341

AUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

La comisión de Estudio y Calificación del Informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el Tema: **“LOS ATRACTIVOS TURISTICOS COMO APOORTE AL DESARROLLO TURISTICO DE LA PARROQUIA RÍO NEGRO CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”** Presentada por la Srta. María Belén Urquiza Paredes, egresada de la Carrera de: Turismo y Hotelería promoción: Abril – Septiembre 2017, una vez revisada y calificada la investigación, se APRUEBA en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios. Por lo tanto, se autoriza la presentación ante los Organismos pertinentes.

LA COMISIÓN



Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

MIEMBRO



Mg. María Cristina Páez Quinde

MIEMBRO

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUCIÓN O TITULACIÓN....	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE LA AUTORA.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
INDICE DE CONTENIDOS.....	vi
UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO.....	x
CAPÍTULO I.....	1
El Problema.....	1
1. Tema de Investigación.....	1
1.1. Planteamiento del Problema.....	1
1.1.1 Contextualización.....	1
1.2. Análisis Crítico.....	3
1.3. Análisis del árbol de problema.....	4
1.4. Prognosis.....	4
1.5. Formulación del problema.....	4
1.6. Delimitación del objeto de la investigación.....	5
Delimitación del Contenido.....	5
Delimitación Espacial:.....	5
1.7. JUSTIFICACIÓN.....	5
1.8. Objetivos.....	6
CAPÍTULO II.....	6
2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Antecedentes Investigativos.....	6
2.2. Fundamentación Filosófica.....	8
2.3. Fundamentación Legal.....	8
2.4. Categorías Fundamentales.....	10
2.8.2. Fundamentación Teórica.....	13
CAPÍTULO III.....	34
METODOLOGÍA.....	34
3. Enfoque de la Investigación.....	34
3.1 Metodología de la Investigación.....	34
3.2 Nivel o Tipo de Investigación.....	34
3.4. Operacionalización de las Variables.....	37
CAPÍTULO IV.....	39
4. Análisis e Interpretación de los Resultados.....	39
4.1. Análisis de los resultados.....	39
4.2. Verificación de la Hipótesis.....	50
Especificación del estadístico.....	50
Chi Cuadrado Tabular.....	50

CAPITULO V.....	53
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	53
5.1. CONCLUSIONES.....	53
5.2. RECOMENDACIONES.....	54
6. PROPUESTA.....	55
6.1. Tema	55
6.1.1. Datos informativos.....	55
6.1.2. Antecedentes.....	56
6.2. Justificación	57
6.3. Objetivos.....	57
6.4. Análisis de factibilidad	57
6.5. Fundamentación legal.....	58
6.5.1. Aplicación de la Metodología.....	60
6.6. Diseño de la ruta turística	67
6.6.3. LA RUTA TURISTICA	69
6.6.3.1. Identificación De La Ruta	70
6 meses.....	90
6.7. Desarrollo del circuito turístico	91

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1 Árbol de Problemas	3
Gráfico 2 Ubicación de Río Negro coordenadas.....	5
Gráfico 3 Categorías fundamentales	10
Gráfico 4. Constelación de ideas Independiente	11
Gráfico 5. Constelación de ideas Dependiente	12
Gráfico 6Tabla de atractivos que tiene la parroquia Rio Negro.....	39
Gráfico 7. Los Servicios que tiene la parroquia.....	41
Gráfico 8. Los Accesos a los Atractivos	42
Gráfico 9La parroquia tiene capacitaciones.....	43
Gráfico 10Tiene facilidades Turísticas	44
Gráfico 11. La Actividad Turística Otorga empleos.....	45
Gráfico 12. Se debería incrementar el presupuesto del GAD en obras de turismo	46
Gráfico 13.Le gustaría que la parroquia se promocióne.	47
Gráfico 14Por que medios le gustaría que fuera promocionada	48
Gráfico 15¿De qué manera aportaría al beneficio del desarrollo?	49
Gráfico 16. Campana de Gaus	52
Gráfico 17 mapa de Rio negro	56
Gráfico 18 Diseño de la Ruta Turística.....	67
Gráfico 19. Nombre De La Ruta Turística.....	68
Gráfico 20.Ruta Turística.....	69
Gráfico 21Circuito San Francisco.....	91
Gráfico 22 Circuito Rio Negro.....	93
Gráfico 23. Circuito El Topo	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tabla de Operacionalización de la variable dependiente	37
Tabla 2. Operacionalización de la variable independiente.....	38
Tabla 3 Los atractivos que tiene la parroquia Río negro	39
Tabla 4 Los Servicios que tiene la parroquia	41
Tabla 5 Los Accesos a los Atractivos	42
Tabla 6 La parroquia tiene capacitaciones	43
Tabla 7 Tiene facilidades Turísticas	44
Tabla 8 La Actividad Turística Otorga empleos.....	45
Tabla 9 Se debería incrementar el presupuesto del GAD en obras de turismo	46
Tabla 10 Le gustaría que la parroquia se promocioe.	47
Tabla 11 Por que medios le gustaría que fuera promocionada	48
Tabla 12 ¿De qué manera aportaría al beneficio del desarrollo?	49
Tabla 13 Frecuencias Observadas.....	51
Tabla 14 Frecuencias Esperada.....	51
Tabla 15 Calculo del CHI Cuadrado.....	51
Tabla 16 Factibilidad Económica	58
Tabla 17 Flora.....	65
Tabla 18 Fauna.....	66
Tabla 19 Atractivos naturales de San Francisco	70
Tabla 20 atractivos turísticos de san francisco.....	72
Tabla 21 atractivos naturales de Río Negro	75
Tabla 22 Atractivos Turísticos de Río Negro	78
Tabla 23 Atractivos Naturales del Topo	85
Tabla 24 Atractivos Turísticos del Topo.....	88
Tabla 25 modelo Operativo De La Propuesta.....	90
Tabla 26. Circuito San Francisco.....	91
Tabla 27 Circuito Río Negro.....	92
Tabla 28 Circuito El Topo	93
Tabla 29. Determinación de los costos y gastos de operación.....	94
Tabla 30. Determinación de los costos y gastos de operación.....	95
Tabla 31. Determinación de los costos y gastos de operación.....	95
Tabla 32. Capacidad de acogida en los circuitos	96
Tabla 33. Medios de Transporte	96

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACION
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA
RESUMEN EJECUTIVO

TEMA:

“LOS ATRACTIVOS TURISTICOS COMO APORTE AL DESARROLLO TURISTICO DE LA PARROQUIA RIO NEGRO CANTON BANOS DE AGUA SANTA PROVINCIA DE TUNGURAGUA”

AUTORA: María Belén Urquizo Paredes

TUTORA: Dra.PhD Yolanda Pérez Jerez

RESUMEN

Los atractivos turísticos que posee la parroquia Rio Negro, son de gran importancia para la actividad de la misma, porque cuenta con innumerables paisajes naturales que podrían ser estudiados y difundidos a nivel nacional e internacional, por este motivo se ve en la necesidad de crear una ruta turística, que permita mejorar el turismo y la economía de toda la comunidad.

A través de este proyecto se intenta difundir y exaltar los atractivos de la parroquia en el ámbito del turismo, con el objetivo de diagnosticar y promocionar la potencialidad que tiene el mismo, esto determina un mejoramiento continuo en la población y su entorno.

Palabras claves: Turismo, Atractivos Turísticos, Ruta Turística

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación trata sobre “LOS ATRACTIVOS TURISTICOS COMO APORTE AL DESARROLLO TURISTICO DE LA PARROQUIA RIO NEGRO CANTON BANOS DE AGUA SANTA PROVINCIA DE TUNGURAGUA”

La estructura de la investigación tuvo que realizar una serie de pasos que se detalla a continuación de forma sintetizada.

CAPITULO I

Analizar el problema desde su punto de inicio, la realidad del mismo en su contextualización macro, meso y micro, identificando sus causas y efectos del problema, por otro lado con análisis crítico, la prognosis en donde se puede tener una visión hipotética, estableciendo así la limitaciones problema en espacio y tiempo, identificar a la vez obtener las variables a estudiar, así mismo justificar el porqué del problema marcando así el objetivo general y los específicos para la realización de la investigación,

CAPITULO II

El desarrollo del marco teórico permite adentrarse en el problema desde sus inicios además de los antecedentes investigativos que ayudan a reforzar la investigación, los cuales propiamente tendrán un sustento legal y filosófico verificando de esta manera las variables independientes y la dependiente.

CAPITULO III

Aquí se podrá encontrar la metodología básica de la investigación, se determina de igual manera la población. A calcular la muestra del estudio, así mismo se realiza la operacionalización de las variables que ayudan a encontrar las preguntas adecuadas para las encuestas, y su plan de recolección de información.

CAPITULO IV

En este capítulo se obtiene de manera confiable el análisis e interpretación de los resultados de las técnicas e instrumentos de la investigación, que nos ayuda a elegir una hipótesis, y verificar de cierta manera la significancia del proyecto con cálculos estadísticos.

CAPITULO V

Al final de la investigación se realizar las conclusiones y recomendaciones con puntos de vista que tuvo el investigador que realzar atreves de estudios de campo.

CAPITULO VI

Se dará una propuesta al problema encontrado, el mismo que deberá ser justificado y fundamentado de acuerdo a los avances obtenidos en la investigación para que de esta manera pueda ser ejecutado.

CAPÍTULO I

El Problema

1. Tema de Investigación

“LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS COMO APORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA RIO NEGRO CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

1.1. Planteamiento del Problema

1.1.1 Contextualización

Ecuador posee cuatro regiones bien diferenciadas como son la región andina, interandina, amazónica e insular cada una de ellas poseen características muy bien marcadas, el país de los cuatro mundos: Quito es el destino más popular del Ecuador, según este sitio web, que resalta la riqueza de la historia precolombina de la capital. “Sigue siendo uno de los enclaves históricos mejor conservados de Latinoamérica”, recoge el portal. Además, la ciudad ocupa el puesto número 11 en el listado de los destinos más populares de Sudamérica (El Comercio, 2015)

Puerto Ayora (Galápagos) donde se encuentra el Finch Bay Eco Hotel, que en el 2014 fue reconocido como el Mejor Hotel Verde del mundo en los galardones del turismo World Travel Awards. (El Comercio, 2015)

Las playas de Esmeraldas, Manabí, Guayas y Sta. Elena son más visitadas En las ciudades costeras del sur del Ecuador los balnearios de Salinas, Montañita y Playas son los sitios más demandados para disfrutar los feriados. Esto mientras que, en el sector norte, las playas de Atacames, Tonsupa y Mompiche son los destinos preferidos por turistas nacionales. (Comercio, 2014).

En Pastaza, las rutas turísticas incluyen actividades para todos los gustos. Hay desde parques botánicos, balnearios y zoológicos, hasta sitios para conocer las costumbres shuar, la medicina ancestral y para convivir con la comunidad. Uno de los sitios novedosos, es el Parque Etnobotánico Omaere, un término shuar que significa ‘Naturaleza en la Selva’. Allí no solo se pueden apreciar decenas de variedades de orquídeas sino que también es posible solicitar a los chamanes una limpia curativa. (El Comercio, 2016).

En el 2007 se generaron 285.322 empleos directos e indirectos en alojamiento y servicios de comida y bebida; y, al tercer trimestre del 2015 se generaron 415.733 empleos en actividades de alojamiento y servicios de comida y bebida de los cuales cada 20 empleos son por turismo, con el 67% de mujeres. Ya para el año 2014 se cuenta con 23.096 establecimientos turísticos registrados, lo que representa el 62,1% de crecimiento acumulado respecto al 2007. Al 22 de diciembre de 2015 se registraron 2.678 establecimientos. (Ministerio de Turismo, 2015)

Fuentes turísticas ubican a Tungurahua entre las provincias más frecuentadas del Ecuador con el 45% nivel de visitantes llegan de Guayaquil, Quito, Latacunga, Riobamba y Cuenca. Mientras que del exterior arriban de Chile, Argentina, Estados Unidos y Colombia”, explicó Danilo Aróstegui, coordinador del Comité Provincial de Turismo de Tungurahua. (El Telegrafo, 2016).

El turismo en Tungurahua ya no solo se enfoca en la gastronomía y los deportes de aventura de Baños de Agua Santa. Actualmente se promocionan nueve rutas, una en cada cantón, que incluyen visitas a museos, granjas agroecológicas, talleres de muebles, sitios para comprar y áreas protegidas.

Las autoridades se enfocan actualmente en atraer a los turistas del Litoral en las vacaciones escolares y durante la Sexagésima Sexta Fiesta de la Fruta y de las Flores, que será del 24 al 28 de febrero de 2017.

Según el funcionario, el año pasado se registraron menos viajes internos a escala nacional. Por esa razón el Gobierno trató de compensar al sector turístico con feriados largos. En los días de asueto durante el año pasado, dice, los visitantes sí llegaron a la provincia pero invirtieron poco o se quedaron apenas un día. (Comercio, comercio, sf)

La parroquia Río Negro, llena de belleza paisajística natural la misma que cuenta con recursos naturales interesantes, los cuales son muy pocos visitados por turistas que ingresan al cantón Baños o a sus alrededores. Los atractivos que esta parroquia ofrece son ríos, cascadas, senderos, pozas, balnearios que son en mayor parte utilizados por las agencias operadoras de turismo del Baños de Agua Santa las cuales ofrecen los servicios de rafting, cayonnig, canopy y preparación de kayak, lo cual provoca que los ingresos por dichas actividades sea netamente para las operadoras del cantón, lo que pudiera ser aprovechado por habitantes de la zona.

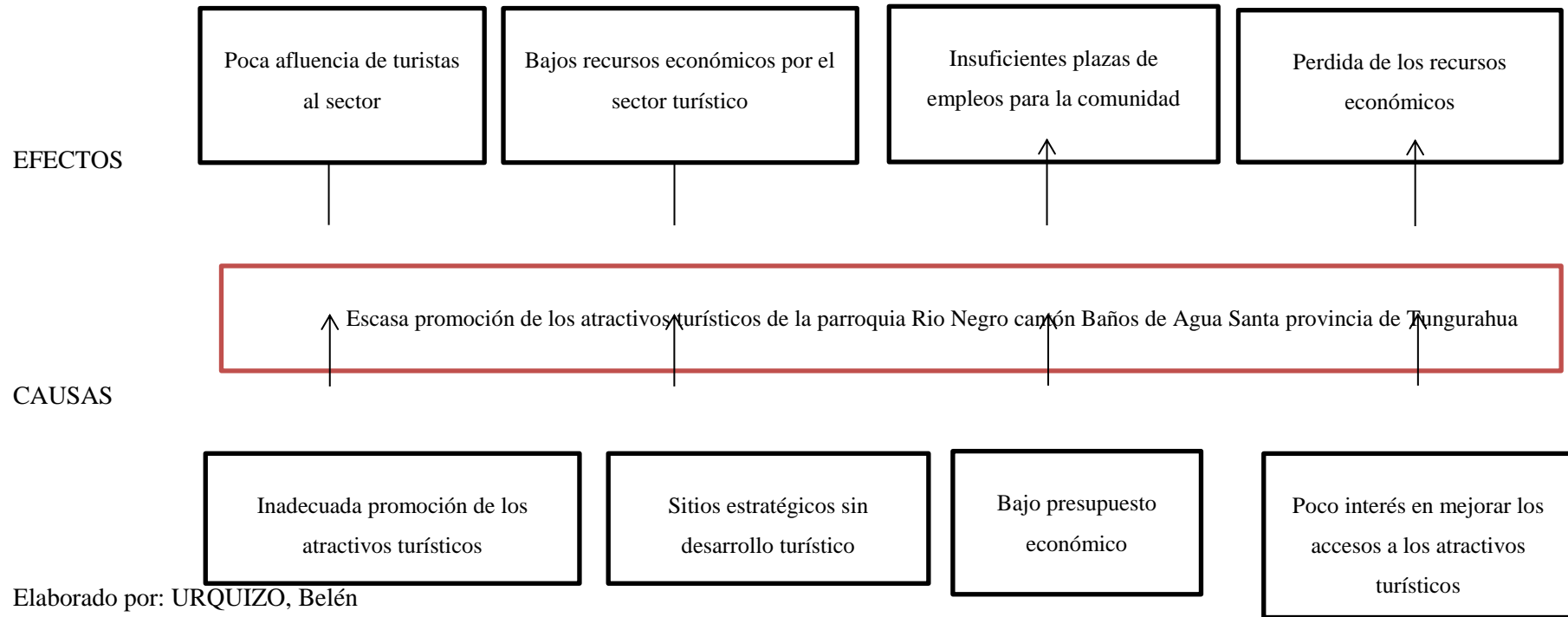
Por otro parte los pobladores de la zona no potencializan los atractivos turísticos ya que su actividad primaria es la agricultura y la ganadería por lo tanto desconocen de los beneficios que se puede recibir de la actividad turística.

El poco desarrollo económico se puede notar en la parroquia, ya sea sus senderos, señaléticas o en el deterioro de sus atractivos como son balnearios, ríos, o accesos a las cascadas no son adecuados el preocuparse por tener excelente vialidad hacia cada uno de sus atractivos, sería de ayuda para la promoción de los mismos.

Es por ello que se ve en la necesidad de plantear nuevas estrategias turísticas para el mejoramiento de la parroquia y promoción de la misma con soluciones de acorde a gustos y necesidades del mercado.

1.2. Análisis Crítico

Grafico 1 Árbol de Problemas



Elaborado por: URQUIZO, Belén
Investigación: la fuente

1.3. Análisis del árbol de problema

La escasa promoción de los atractivos turísticos y el aporte al desarrollo turístico en la parroquia Río Negro, Provincia de Tungurahua, se debe a la inadecuada promoción de los mismos esto ocasiona la poca afluencia de turistas al sector de manera tal que afecta al progreso del turismo en el sector.

Por otro lado, existen sitios estratégicos sin desarrollo que provocan que los recursos económicos en la parroquia se amplíen, esto se fundamenta en el plan de ordenamiento territorial que muestran que la mayoría de la población se dedica netamente agricultura, avicultura y piscicultura, lo que ocasiona que sitios con gran potencial sean abandonados o a su vez no sean valorados. Todas estas causas generan varios efectos, los cuales no han permitido a la población informarse sobre las ventajas que brinda la actividad turística.

El desconocimiento de los atractivos turísticos del lugar causa que los recursos económicos que existen en la parroquia no beneficien a la comunidad puesto que el presupuesto que manejan los pobladores de la zona no son invertidos en proyectos turísticos tal vez por la falta de capacitación en el ámbito turístico o temor a que su inversión no tenga buenos resultados, lo que ocasiona es que exista insuficientes plazas de empleos para la comunidad.

Mejorar los accesos a los atractivos turísticos de la parroquia debe ser prioridad para las autoridades, debido a que origina la pérdida de los recursos de manera que al realizar un estudio preliminar de las potencialidades, necesidades y estado de los atractivos, se podría emprender planes de desarrollo con los cuales pueda destinar recursos económicos a las zonas y lugares que presente mayor urgencia y requerimientos para de esta forma impulsar el turismo en la parroquia Río Negro.

1.4. Prognosis

Si no se realiza un estudio previo a la problemática que tiene la parroquia Río Negro, no se podrá beneficiar la industria turística. Para evitar esto, se intenta crear nuevos proyectos y a su vez promocionarlos para proporcionar nueva imagen al sector e incrementar el número de visitantes a la parroquia quienes se sientan satisfechos con los servicios que faciliten los moradores de la parroquia sean de recreación, alojamiento, hospedaje. Lo conllevaría a corto o largo plazo obtener más ingresos económicos en los sitios turísticos existentes, que por lo general son atraídos en mayor número por el cantón Baños de Agua Santa.

1.5. Formulación del problema

¿Cómo aporta los atractivos turísticos al desarrollo turístico de la parroquia Río Negro, cantón Baños de Agua Santa Provincia de Tungurahua?

Interrogantes del Problema

- ¿Cuáles son las especificaciones técnicas básicas de los atractivos turísticos?
- ¿Cuáles son los mecanismos adecuados para promocionar los atractivos turísticos de la parroquia Río Negro?
- ¿Cómo aporta las especificaciones técnicas básicas para mejorar el desarrollo turístico de la parroquia Río Negro, cantón Baños de Agua santa Provincia de Tungurahua?

1.6. Delimitación del objeto de la investigación

Delimitación del Contenido

CAMPO: Turismo

ÁREA: Atractivos turísticos

ASPECTO: Desarrollo

Delimitación Espacial: La presente investigación se la realizara en la parroquia rio negro, provincia de Tungurahua, Ecuador.

Gráfico 2 Ubicación de Río Negro coordenadas



Fuente: (google, 2016)

Elaborado por: URQUIZO, Belén

Delimitación Temporal: La presente investigación tendrá una duración de seis meses que comprende octubre 2016, marzo 2017

1.7. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo investigativo a desarrollarse es importante porque proporcionará el crecimiento del turismo en la comunidad, el mismo que se ha perdido en los últimos años en la parroquia, sus moradores serán los beneficiados directos puesto que podrán ofertar nuevos servicios que servirán como aporte al desarrollo de los atractivos turísticos que Río Negro posee.

El hecho de contar con información segura y confiable para los turistas, logra ampliar la demanda turística y de cierta manera proporcionar seguridad en los mismos, quienes en un futuro llegaran hacer clientes frecuentes y asiduos del sector, esto incentivará a las autoridades de la parroquia a invertir en nuevos proyectos turísticos que beneficie a sus pobladores y por ende a mejorar su calidad de vida.

Adicional a esto se ve necesario mencionar, que la parroquia de Río Negro es la entrada a la Amazonia ecuatoriana, es por ello que los atractivos turísticos que esta posee son naturales y con belleza incomparable como son cascadas, ríos, montañas, balnearios, parques nacionales, senderos, etc. Además, existen otros lugares de interés que tiene la parroquia que necesitan ser visitados y publicitados como es la pesca deportiva.

Los resultados a obtener de la investigación serán de beneficio directo para los pobladores de la parroquia puesto que tendrán nuevas plazas de trabajo para que mejore la economía del sector. A más de ello tener definido el segmento de mercado ya sea para jóvenes, adultos o estudiantes será un plus para que la parroquia tenga un enfoque diferente de otros mercados.

1.8 Objetivos

1.8.1. Objetivo General

- Identificar los atractivos turísticos como aporte al desarrollo turístico de la parroquia Río Negro del cantón Baños de Agua Santa provincia de Tungurahua

1.8.2. Objetivos Específicos

- Definir las especificaciones técnicas-básicas de los atractivos turísticos mediante tablas de valoración para que los atractivos turísticos de la parroquia Río Negro sean categorizados.
- Mostrar los mecanismos adecuados mediante un estudio técnico que promocióne sus atractivos turísticos en la parroquia Río Negro.
- Establecer las especificaciones técnicas básicas contribuyendo al desarrollo turístico de la parroquia Río Negro mediante cuadros de valorización y la promoción del mismo para que exista mayor afluencia de turistas.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos

Para la siguiente investigación se tomó en cuenta los siguientes antecedentes investigativos con características similares que contienen textos similares al tema a realizar.

Para la autora Janeth Moposita con temática “Los atractivos turísticos y su incidencia en el desarrollo económico del cantón Quero”, provincia de Tungurahua de la Universidad Técnica de Ambato menciona que el estado de conservación de los atractivos turísticos ,en la actualidad deben ser adaptados a las nuevas tendencias de mercado, para que pueda satisfacer las exigencias del consumidor, que espera recibir ese valor agregado que transforma un atractivo y producto turístico en uno de calidad, optimó y de la manera que el visitante jamás esperó recibirlo. (Moposita, 2015)p, 43

Para los autores (Ricardo Altamira Vega Y Ximena Muñoz Vivas, 2006) con la temática “El turismo como motor de crecimiento económico” del Real Centro Universitario «Escorial-María Cristina» San Lorenzo del Escorial, Casi todos los países en desarrollo, las empresas particulares son la principal fuente de creación de nuevos empleos. Es por eso que las empresas turísticas competitivas mejoran la calidad de sus productos y los ofrecen a precios más bajos, lo cual incrementa el poder adquisitivo de los consumidores, incluido el de los más pobres. El ámbito turístico requiere que el sector privado tenga un pensamiento estratégico basado en la creación de ventajas competitivas de un sector que está en fase de crecimiento, que tiene la posibilidad de posicionarse en el mercado internacional sólo si el compromiso entre sector público y privado está orientado a una misma demanda. (Altamira, 2007)

Según la tesis de la autora María Tamayo con temática: La promoción de nuevas rutas turísticas y su incidencia en el desarrollo turístico de la Provincia de Tungurahua; de la Universidad Técnica de Ambato llego a las siguientes conclusiones. es necesario dar a conocer las nuevas alternativas sobre rutas turísticas que se posee la provincia las cuales serán diseñadas con exigencias de los turistas ya sean nacionales o extranjeros, esto propiciará gran afluencia de los mismos con gran fuente de ingreso económico para el progreso de la provincia. Debiendo realizar estrategias técnicas que logren que los turistas fidelizan un lugar o a la vez lo difunda. (Tamayo, 2009); pág.52, 53

Se tomó en cuenta el criterio del libro “Jerarquización de los recursos turísticos”, del autor Cuervo Álvarez Raúl “Menciona que en su momento y con apoyo de especialistas en jerarquización de recursos naturales, arquitectónicos, pesca, paisajes, etc., y de otras categorías de recursos, se intenta elaborar metodologías que permitan objetivar una jerarquización global del inventario” (Alvarez, 1987) pag100,

Para la autora Castillo Herminia con el tema “Introducción a los recursos Turísticos “Los atractivos turísticos son todos los elementos naturales o culturales o a su vez toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos, esencialmente, de ocio. (Castillo, 2012)

Tomando el trabajo del autor (Navarro, 2015) y palabras de Bullón (1985: 44) señala que los atractivos turísticos conforman la materia prima que permite que la planta turística equipamiento e instalaciones opere. También Gurría di Bella equipara atractivo turístico y recurso turístico, como 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»

2.2. Fundamentación Filosófica

La investigación de este proyecto es crítico-propositivo porque se analiza de manera objetiva, la realidad y los contextos de interpretación turística y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia Rio Negro cantón Baños, en donde se plantea al final una propuesta como posible solución al problema que esta suscita.

2.3. Fundamentación Legal

Esta investigación según (Ministerio de Ambiente, 2008) se sustenta en el marco legal implantada por la Constitución de Ecuador 2008, Plan Nacional del Buen Vivir de la república del Ecuador.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

LEY DE TURISMO

Capítulo I:

Generalidades

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

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

Del ministerio de turismo

Capítulo I

Art. 6.- De la planificación. - Le corresponde exclusivamente al Ministerio de Turismo planificar la actividad turística del país como herramienta para el desarrollo armónico, sostenible y sustentable del turismo. La planificación en materia turística a nivel nacional es de cumplimiento obligatorio para los organismos públicos y referenciales para los privados. La formulación y elaboración material de los planes, programas y proyectos podrá realizarse a través de la descentralización (de competencias) y desconcentración (de funciones) o contratación con la iniciativa privada de las actividades materiales.

Art. 7.- De la potestad normativa. - El Ministerio de Turismo con exclusividad y de forma privativa expedirá las normas técnicas y de calidad a nivel nacional necesarias para el funcionamiento del sector, para cuya formulación contará con la participación de todos los actores involucrados en el turismo. La participación referida en este artículo es obligatoria, previa, se la realizará a través de las instituciones públicas y privadas relacionadas con

el sector, formalmente organizadas y sus resultados serán referenciales para las instituciones del Estado. (Ministerio de Turismo, 2014)

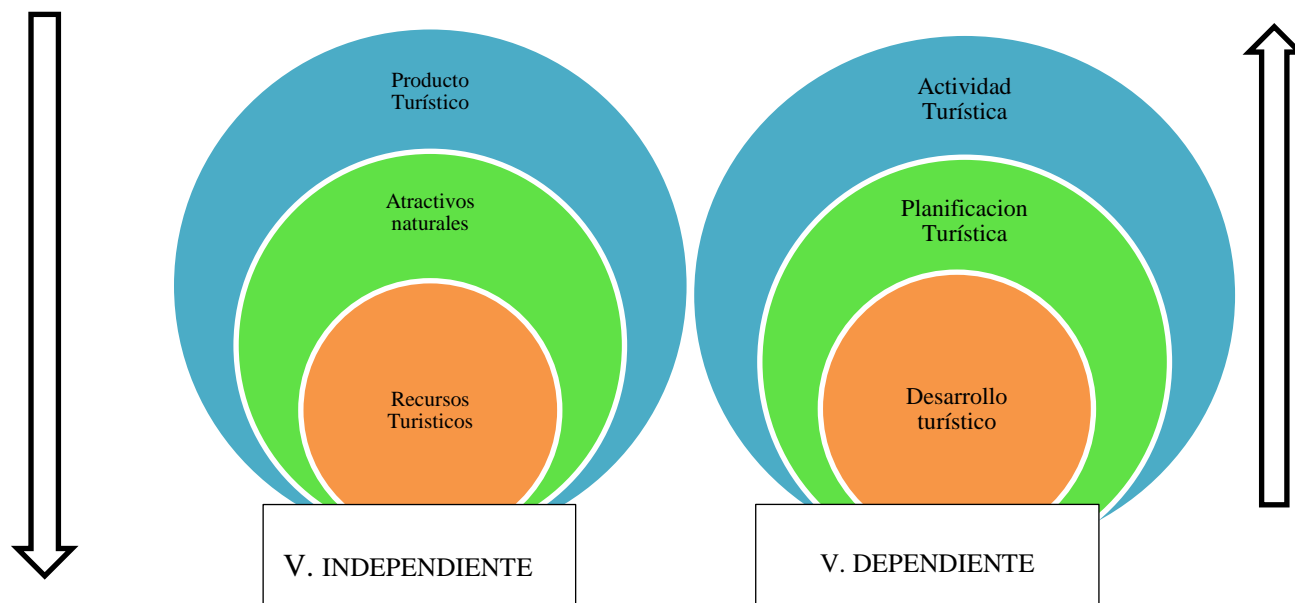
De las Actividades Turísticas y su Categorización

Capítulo I

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas. - El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo (Ministerio de Turismo, 2016)

2.4. Categorías Fundamentales

Gráfico 3 Categorías fundamentales



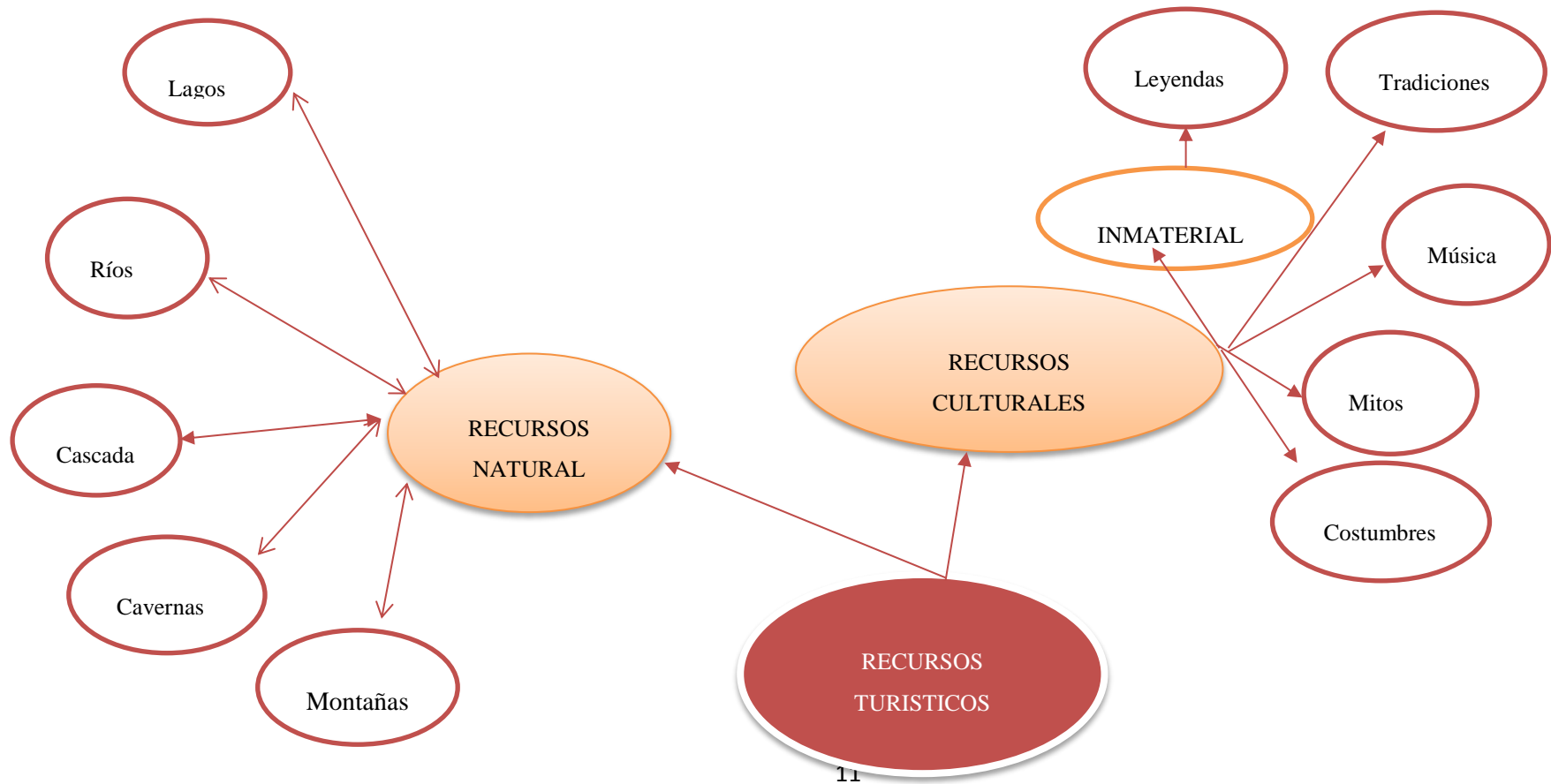
Elaborado Por: Urquiza, Belén

Fuente:

La

investigación.}

Gráfico 4. Constelación de ideas Independiente



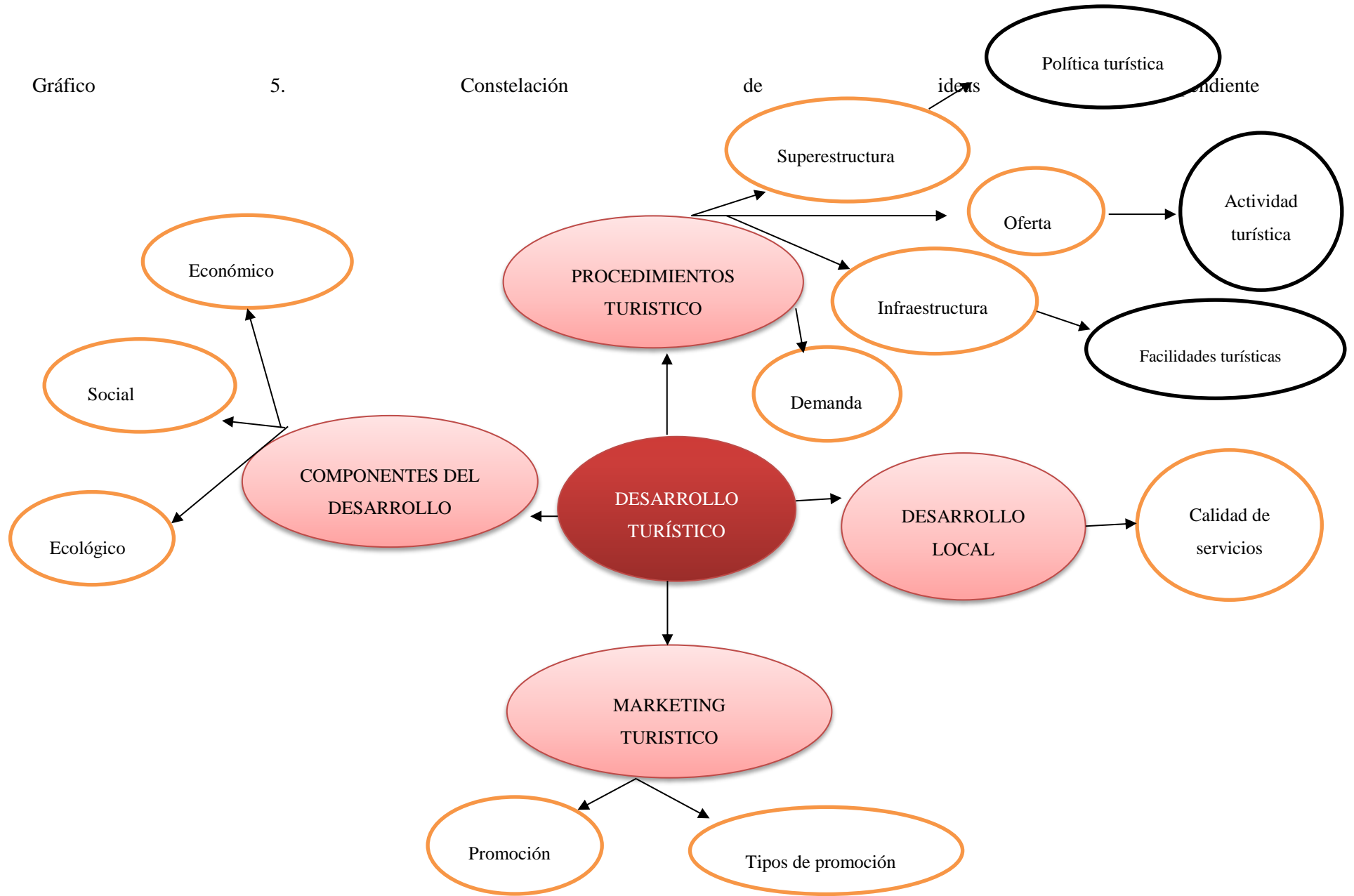
Gráfico

5.

Constelación

de

ideas



2.8.2. Fundamentación Teórica

2.1.4.1 Variable Independiente

Sistema turístico

El sistema turístico es la unión de varios factores que se entrelazan para hacerlo uno solo, el cual debe contener especificaciones y normas técnicas es por eso que se toma en cuenta las palabras de Juan Pulido donde menciona “es un marco referencial útil para el estudio y análisis de turismo desde una perspectiva integral, es decir un todo o conjunto organizado, formado por dos o más partes que dependen las unas de las otras.” (Pulido I. , 2011)

Es un fenómeno simple y aislado que es un todo, un sistema integral de fuerzas socioeconómicas, sociales, necesidades y requerimientos, aspecto técnicos y humanos que considera toda la serie de factores inseparables al mismo, es así que los humanos se consideran de la forma llamada anteriormente parecido a su entorno. (Meneses, 2011)

Es el unión de elementos que componen el turismo como un todo interrelacionado y su referencia espacial en destinos concretos, permite describir los aspectos principales de la oferta y demanda turística, y lo que puede resultar más relevante, la relación de estos subsistemas con el contexto (Varisco C. , 2013)P.65

El sistema turístico en la actividad del turismo entrelaza diferentes especificaciones para ser el marco referencia del estudio incluyendo lo social, ámbitos técnicos, requerimientos y necesidades de las personas para poder lograr el equilibrio entre la oferta y la demanda.

Producto turístico.

Un producto turístico es aquel que ofrece servicios completos como son de alimentación, hospedaje, transporte y recreación es por ello que los siguientes autores mencionan las siguientes palabras “engloba varios subproductos, una marca con una completa cartera de productos. Compuesto de una serie de recursos que lo hacen atractivos y una serie de servicios y equipamientos que permiten al turista disfrutar de los recursos dotados de infraestructuras adecuadas para que sus atractivos puedan ser disfrutados» (Yamisleydis Pérez Laritza Vazquez), de otra manera de pensar dice

El producto turístico para el autor García (V., 2012) “incluye el desplazamiento, y atractivos, en sentido de que reúne una serie de ofertas individuales, habitualmente poco relacionadas entre sí, a partir de las cuales los intermediarios o el cliente escogen para producir o conseguir una experiencia de viaje completa”(p,28)

El Producto Turístico es un concepto polimórfico, y es una amalgama de elementos que al final forman un todo indivisible. Una forma simple de definirlo, no muy completa, pero si útil sería “El producto turístico es el producto en venta por la industria turística, aquello por lo que paga el turista”. Para finalizar (Mediano,2004) p. 114. “el producto turístico es

la variable más importante del mix. Es el núcleo de la oferta de la empresa y el diseño del resto de estrategias operativas girará en torno a él.

Para la OMG (Organización Mundial De Turismo) Es la naturaleza de la actividad turística y el resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar en conjunto desde la óptica sistemática, diciendo en otras palabras un conjunto de elementos interrelacionados entre ellos que evolucionan dinámicamente (Soto)p16

Para el autor Leiper Neil es un sistema turístico que consta de 5 elementos interactuado en un amplio medio ambiente siendo estos uno dinámico el turista, tres geográficos que son la región generadora, la ruta de tránsito y la región del destino y por último el elemento económico que son las empresas turísticas (Avila, 2012)p,2

“El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que ponen a disposición del visitante para su consumo directo, es importante señalar que los mismos deben estar dirigidos a satisfacer los deseos y expectativas de los visitantes”. (Rodríguez M. V., 2010).

Un producto turístico es ofrecer una amalgama de servicios para satisfacer necesidades de quien lo consume como son alimentación, hospedaje, transporte y recreación que esto incluya de igual manera con el desplazamiento de las personas. Creando en cada cosa que se ofrezca la incertidumbre de querer experimentar algo nuevo no solo dinámicamente sino entregando un plus que sea caracterizado por una empresa. Para lograr eficiencia y eficacia en su trabajo.

Recursos turísticos

Para la autora Beatriz Días se considera recurso turístico al conjunto potencial ya sea conocido o desconocido de bienes o servicios materiales o inmateriales que se encuentran a disposición del hombre que es el que se encarga de utilizarlo de la mejor manera para el ámbito de turismo y que pueden darle el uso de transformación, que pueda satisfacer necesidades de la demanda (Diaz, 2015)

“Es todo elemento natural, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos, esencialmente, de ocio”. (Diaz h. , 2011) De otra manera el recurso turístico “es la materia prima del producto turístico. Se diferencian entre recursos vinculados con la naturaleza, la cultura viva, la historia y los recursos creados (acontecimientos especiales, etc), y otros” (Garcia A. , 2012)p,28

Para los autores (Vogeler Y Hernández, 2002) dicen que son bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuentan, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda” en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona.

Por lo tanto, no lo son sólo los recursos, sino también aquellos otros construidos por el hombre si bien muchos de ellos son solamente potenciales, otros apenas registran más que un incipiente interés y otros más pueden considerarse destinos turísticos

consolidados, está sujeta a la puesta en marcha de mecanismos de promoción consecuentes con las dificultades propias de la valorización turística de espacios dispersos, frecuentemente mal comunicados, escasamente equipado (Villegas, 2011)P,14 La percepción de un destino turístico rural como un sistema donde engloba una serie de componentes como atracciones, alojamiento, transporte y servicios de infraestructuras. se proyecta fundamentalmente en términos de expansión y aumento de las infraestructuras turísticas donde las relaciones formales e informales tienen un efecto considerable sobre la capacidad del destino para aprovechar esta asociación público-privada, y sus vínculos representan una de las redes más influyentes e importantes a la hora de configurar la industria turística del destino (Saez, 2009)

De acuerdo a la SECTUR (2002) los llamados recursos turísticos son la base del desarrollo turístico y, en función de su atractivo y singularidad, pueden tener una gran influencia en la elección del destino. Buena parte de los mismos son atractivos de carácter natural o cultural y, por su fragilidad e inestimable valor (normalmente cuanto más únicos y frágiles más atractivos) su protección y buena gestión ha de ser una prioridad. De lo contrario, se pondría en peligro el potencial del lugar como destino turístico (p. 32). (Covarrubias R. , EUMED.NET, s.f.)

Los recursos turísticos conforman varios elementos que por poseer características diferentes a otros son considerados la materia prima del producto turístico. Y que pueden ser potencializados para generar el desplazamiento de personas sea por varios motivos, el motivo principal es conseguir la satisfacción del cliente, para aprovechar de manera sostenible el turismo de un sector.

Atractivos turísticos

Los atractivos turísticos son aquello que con solo el hecho de existir, permiten que turistas o personas de aventura quieran conocerlos o visitarlos es por ello que se toma las siguientes palabras” fundamentalmente para que se produzca un desplazamiento de personas a un determinado lugar, es necesaria su motivación y la misma que las lleva a experimentar emociones nunca antes vividas.” (Crespi, 2011),

Para “los autores Vogeler y Hernández son elementos materiales que tiene la capacidad, por si misma o en conjunto con otros de atraer visitantes a una determinada localidad, estos no solo pueden ser naturales sino también construidos por el hombre” (Hernandez,2002)

Los atractivos turísticos de un sitio son todas aquellas que hacen de un lugar la diferencia sobre otro sitio. Cada sitio turístico cuenta con recursos, pero es su peculiaridad los que hacen la diferencia y vuelven un sitio en algo más interesante creando así una mayor demanda. Los recursos existen en todos lados, pero lo que es importante es que estos se exploten y se saque su mayor provecho. (Covarrubias R. , s.f.)p2

Son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica. (Grande, 2014)

Los atractivos turísticos es el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que mediante características ya sea propias o de ubicación en el contexto atraen el interés de los visitantes siendo también un bien intangible tangible que provoca e las personas una motivación para ser visitado para mejorar la demanda (Maldonado, 2010)

Los atractivos turísticos se dividen en dos grupos: Aquellos que atraen al visitante o al residente; y aquellos que le pueden suministrar un servicio. Allí se han encontrado 27 "productos" que eran atractivos; unos eran recursos naturales; otros recursos históricos y monumentos; y también recursos de eventos y festivales. Los recursos varían de sitio en sitio y tienen su propio peso o importancia. (Ascanio, 2009)

Son aquellos que, con solo el hecho de existir, motivan a que turistas o personas de aventura quieran conocerlos o visitarlos, ya que son llamativos y de esta manera de alguna manera u otra son intervenidos por la mano del hombre. Estos atractivos no pueden ser solamente naturales, existen otro tipo de atractivos, culturales, patrimoniales, paisajísticos, de tradiciones, etc, y su peculiaridad los que hacen la diferencia y vuelven un sitio en algo más interesante creando así una mayor demanda

Variable Dependiente

Turismo

Según el autor Saavedra Fajardo “turismo es viajar por placer”. Y en efecto lo es, pero no es sólo viajar por placer: también es turismo las visitas a familiares o amigos, los negocios, la religión, la cultura y otros muchos motivos. Así que eso de viajar por placer se nos queda corto. (Saavedra, 2012)p,2

En definición de los autores Walter Hunziker y Kart Krapf “turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas.”

Desde sus orígenes, el término “turismo” ha sido asociado a la acción de “viajar por placer”. Aún hoy, muchas personas lo entienden exclusivamente de esta forma sin tener en cuenta sus otras motivaciones y dimensiones. Para la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros. El turismo es, en la práctica, una forma particular de emplear el tiempo libre y de buscar recreación. (Grande, MINCETUR, 2014)

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, 2014)p, 16

Flujo masivo y creciente de viajeros que llega a ciertos lugares seleccionados por ellos. Desde aquellos ya lejanos años, nuevas clases sociales siguen engrosando año tras año este flujo y surgen nuevos lugares a visitar, muchos de ellos especialmente planificados. (Escalona, 2004)

Para C.R. Goeldner et al. (2005, p. 5) se puede definir al turismo como “la suma de los fenómenos y relaciones que surgen de la interacción de turistas, proveedores de negocios, gobiernos y comunidades anfitriones en el proceso de atraer y alojar a estos turistas y otros visitantes.” - El concepto aportado por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública en 2006 define al turismo como la combinación de actividades, servicios e industrias que suministran una experiencia de viaje como transporte, alojamiento, establecimientos para comer y beber, tiendas, espectáculos y otras instalaciones para actividades diversas para individuos o grupos que viajan fuera de casa. ((, 2005, p. 5)

Algunos autores (Jovicic 1988; Leiper 1981) sostienen que el turismo ha surgido como una disciplina por derecho propio. los autores afirman que el turismo debe considerarse en un sentido holístico en lugar de a través de una lente de disciplina. Otros, sin embargo, como John Tribe (1997), argumentan que los investigadores de turismo han fallado en pasar las pruebas de lo que califica a un campo de investigación para ser considerada una disciplina de varios autores. (JR Brent Ritchie, 2008)p, 5

El turismo es una de las principales actividades económicas en el mundo, genera una importante derrama económica, inversión, empleos directos e indirectos, y puede contribuir al crecimiento económico y al progreso social de los países en vías de desarrollo, favorece la realización de actividades que atienden la demanda de los turistas como el hospedaje, la alimentación, el transporte, la diversión, el conocimiento de tradiciones, atractivos y de la cultura, entre otras. (Arredondo Ochoa Noé, 2013)

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento de las personas ya sea de manera voluntaria o temporal a un lugar lejos de su residencia habitual, algunas personas mencionan que el turismo es una disciplina que por derecho propio ha surgido por motivación propia y que contribuye al crecimiento económico de un lugar.

Actividad turística

Para la autora (Rodriguez M. V., 2010)entiende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. Es por ello que esa actividad implica el uso y contratación de medios de transporte, alojamiento.

Según (Molina S. , 2012)“p,2 La actividad turística, es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores a considerar conjuntamente, desde una óptica sistemática, es decir un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente”.

La actividad turística “es un fenómeno socioeconómico ha sido una actividad que ha evolucionado a lo largo de la historia. Autores toman antecedentes históricos de los traslados que se realizaban en el Peloponeso y en la Roma Antigua” (García A. , 2012)p, 11.

Actividad turística netamente son todos los servicios que ofrecen las empresas que se dedican a recibir personas y que lo hacen pernoctando por más de 24 horas y es por eso que los servicios que ofrecen deben ser transporte, alojamiento, alimentación, recreación y que de esta manera logran un equilibrio en la oferta y la demanda con evolución dinámica.

Planificación turística

Planificar es tener un determinado espacio, municipio o zona turística que pueda llegar a tener un valor o significado como producto turístico y por lo tanto constituirse en un elemento relevante de la economía de la zona. (Molina S. , 2012)“

Para el autor Darío Martínez es un proceso continuo de racionalización, de ponderación y determinación del sentido u orientación que tomarán nuestras acciones, en base a unos medios y unos fines, los cuales se concretan o estructuran con hechos generados en el presente, muchas veces sustentados históricamente, y proyectados hacia el futuro, como elementos de previsión y objetivos últimos de su accionar. (Martínez, 2015)

Otros autores como Molina, sostiene que: “La planificación es el resultado de un proceso lógico de pensamiento mediante el cual el ser humano analiza la realidad circundante y establece los medios que le permitirán transformarla de acuerdo con sus intereses y aspiraciones...” (p. 51). (Molina J. , 2001)

López, señala que la planificación turística es un “proceso que analiza la actividad turística de un determinado espacio geográfico, diagnosticando su desarrollo y fijando un modelo de actuación mediante el establecimiento de metas, objetivos, estrategias y directrices...” (Lopes, 2002)

Para Bullón, la planificación física tiene como campo de acción “...toda la superficie de la tierra, su objetivo es el ordenamiento del espacio y su función es la de perfeccionar el uso actual, procurando que no entre en crisis por agotamiento prematuro de los recursos...” (p. 58) (Bullon, 2005)

El planificar con lleva a un proceso continuo de procedimientos a realizarse en un lugar, es por ello que mientras exista planificación en todos los procesos se podrá dar seguimiento y retroalimentación a un error que exista en el servicio turístico. Saber

planificar y controlar la oferta y demanda en el lugar, saber a qué tipo de mercado objetivo se llegará, analizando la realidad circundante estableciendo medios que le permitan transformarla de acuerdo con sus intereses y aspiraciones.

Conceptos constelación de ideas

Recursos naturales

Los recursos naturales del mundo son merecedores de ser promocionados y visitados para Robles Diego "Los recursos naturales son el conjunto de bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza y que son valiosos para el desarrollo de las sociedades. Proveen la materia prima, minerales y alimentos que son utilizados por el ser humano" (Robles, 2015)

Ramírez (1992) menciona que los recursos naturales son todos aquellos factores que la naturaleza ofrece al hombre para su disfrute (clima, mares, lagos, ríos, montañas, bosques, praderas, playas, etc.). No se requiere por ello, que sean un determinado tipo de hechos naturales sino en general todos pueden ser aprovechados como recursos turísticos, siempre que el ingenio humano encuentre la forma de hacerlos suficientemente atractivos como para originar el viaje. Como se ve la actividad turística en este sentido es creadora e ingeniosa, y la capacidad de una comunidad receptora de turismo, es la que determinará el grado de aprovechamiento de los recursos o elementos naturales, como recursos turísticos (p.62). (Covarrubias R. , 2015)

De acuerdo con Tisdell (2003) los recursos naturales usados para el turismo son típicamente mezclados y poseen un valor económico para múltiples propósitos. Por consecuencia, hay pocos recursos naturales que son solamente recursos turísticos y normalmente esto debe de tomarse en cuenta cuando evaluando los recursos naturales usados para el turismo (p.7) (Covarrubias R. , 2015)

Por su parte Ruiz Pablo dice que una sociedad bien informada y con instituciones públicas sólidas, debe ser capaz de tomar adecuadas determinaciones respecto al uso de sus recursos naturales no renovables (Ruiz, 2013) para que de esta manera se les den el uso adecuado con especificaciones e instrucciones básicas.

El autor José Sánchez menciona que los recursos naturales se caracterizan en general por ser limitados e interdependientes por que no crecen ilimitadamente es por ello que se rigen a las leyes naturales y que ellos controlan la tasa de crecimiento al grado que entre los mismos se da una relación de equilibrio funcional por ende afecta en ciertas ocasiones a otros, como por ejemplo con incendios forestales provoca los suelos infértiles, alterando el ciclo de lluvias y modificando el clima y todo el ecosistema agrícola. (Sanchez.Jose, 2000)

Son el producto turístico a potenciar en un determinado lugar ya que conforman el conjunto de elementos naturales que se encuentran en la naturaleza de forma no modificada, así estos cuentan con las características necesarias que eligen los turistas para

vacacionar y ser parte de la demanda por que determinan lo que se va a ofertar para satisfacer sus necesidades. A su vez, los recursos naturales forman parte de la posición económica del municipio y el mismo estado por lo que la biodiversidad de flora y fauna también conforman al recurso natural haciéndolo parte de un solo producto turístico natural que puede tener un gran potencial turístico y beneficiar integralmente al sitio. (Covarrubias R. , 2015)

Los recursos naturales son el conjunto de bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza y se caracterizan por ser limitados e interdependientes, estos también sirven para la actividad turística como la materia prima debido a que se pueden potencializar y por lo que la biodiversidad de flora y fauna también conforman al recurso natural haciéndolo parte de un solo producto.

Lagos

Se alojan en las depresiones que se forman con los movimientos estructurales del relieve: plegamientos, fallas, graben, cuencas monoclinales, etc. Este mecanismo actúa en todos los tipos de lagos excepto en los endorreicos. (Valle, 2008)

Lagos sobre depresiones de rocas metamórficas. Este tipo de lagos son más raros, y por lo general no tienen mucha extensión

Lagos de cráter. son los que se alojan en el interior de un cono volcánico, o de una caldera volcánica.

Lagos de meandro. La dinámica de los ríos en las llanuras fuerza a las aguas a adoptar un curso dendriforme. Cuando el meandro es muy pronunciado, y especialmente tras una avenida que recupera un curso más recto, quedan abandonados meandros que forman un lago.

Lagos endorreicos. Estos son lagos que se instalan sobre depresiones de la superficie terrestre que no tienen salida, por lo que forman una pequeña cuenca hidrográfica.

Lagos pelágicos. Se llaman lagos pelágicos a aquellos que son restos de antiguos mares que se han desecado y sólo queda cubierta de agua la zona más profunda. Son lagos muy salados. (Santiago, 2008)

Las lagunas y la mayor parte de los lagos, permanecen desde pocas semanas o meses, las estacionales, a varios cientos de años, las más duraderas. Con el paso del tiempo acaban llenándose de sedimentos y colmatándose. Por este motivo la diversidad de especies es baja pues, aunque por su aislamiento debía ser alta, su corta duración no da tiempo a la aparición de nuevas especies. Una notable excepción es el Baikal, que es antiguo, y tiene muchas especies propias. (Tierra, 2011)P, 247

Las lagunas son formaciones naturales que se forman y que sabiendo aprovecharlas se pueden crear en un circuito turístico, estas pueden permanecer pocas semanas o meses. existen diferentes tipos de lagos como son pelágicos, endorreicos, de cráter y de meandro.

Ríos

Para los autores Luis Santiago Cano y Sylvia Miclat en el turismo, los ríos son de vital importancia, es un activo y un recurso. Es un valor ya que la gente se siente naturalmente atraída a ella, y hay millones de viajeros que buscan disfrutar de este elemento natural durante su tiempo libre, prefiriendo como destino de vacaciones algunos ecosistemas donde el agua es el elemento más significativo (humedales, playas, ríos, lagos, cascadas, islas, glaciares o campos de nieve), o incluso es utilizada por sus múltiples beneficios terapéuticos (especialmente en balnearios o spas). Al mismo tiempo, el agua también es un recurso para la industria turística y es esencial, entre otras actividades, para los hoteles, restaurantes y actividades de ocio. (Cano, 2013)

Los ríos son vertientes de agua que nacen desde los polos norte y sur, son de vital importancia para la vida humana y el desarrollo económico de las poblaciones. Es un valor ya que la gente se siente naturalmente atraída a ella, y hay millones de viajeros que buscan disfrutar de este elemento natural durante su tiempo libre, se puede disfrutar de diferentes actividades extremas como rafting, cayonning, kayak etc.

Balnearios

Los balnearios son una de las principales modalidades de turismo relacionado con las aguas. En muchas zonas de la Península Ibérica tienen gran tradición. Este tipo de turismo 248 Leandro García González Boletín de la A.G.E. N.º 37 - 2004 249 Agua y turismo. Nuevos usos de los recursos hídricos en la Península Ibérica. Enfoque integral Boletín de la A.G.E. N.º 37 - 2004 ha tenido un auge en los últimos años a nivel nacional, nos aproximamos a la centena de instalaciones termales o balnearios, e internacional. (García L. , 2015)

Los balnearios son atracciones creados por la mano del hombre con la finalidad incentivar a los viajeros a visitar dicho lugar, es por eso que cuentan con más atracciones, que llaman la atención del visitante.

Cavernas

En el texto aparece como la salida de la oscuridad, es decir, la caverna. Su cometido es iluminar el camino del hombre en su paso desde el mundo sensible al mundo inteligible. Se presenta como un objetivo, pues uno de los prisioneros al ser liberado no duda ni un segundo en dirigirse hacia ella (Marfil, 2013)

Una cueva donde lo único que ven son las sombras reflejadas en la pared de la caverna y algunos ruidos exteriores que van creando la realidad a partir de lo que van sintiendo (Platon.g, 2013)

Las cavernas son lugares significativos para personas que saben que ellas contienen historias de los antepasados que mencionan que sirven para iluminar el camino del hombre en su paso desde el mundo sensible al mundo inteligible

Cascadas

La catarata, la mayor del país, está en plena reserva de la biosfera de Zumaco, un exuberante rincón protegido por Naciones Unidas por su flora y fauna únicas, fruto del clima húmedo originados por la confluencia de los Andes y la Amazonía. (Irene, 2011)

Para los autores Julián Pérez Porto y María Merino “El concepto de cascada hace referencia a las caídas de agua que se producen a una determinada altura como consecuencia de un notorio desnivel en el cauce. Cuando las cascadas poseen grandes dimensiones se las define como cataratas”. (Merino, 2008)

Además de las citadas, tampoco podemos obviar a otras cascadas que, por diversos motivos, son muy afamadas en todo el mundo. Entre ellas se encuentran, por ejemplo, las cataratas del Niágara que se sitúan en la frontera entre Canadá y Estados Unidos y que han conseguido ser absolutas protagonistas en el ámbito del cine. Y es que varias son las películas que las han tomado como claves: Niágara (1953), Superman II (1980)

Las cascadas son grandes masas de agua que caen desde la montaña formando un atractivo y motivando actividades de deporte. La mayor parte del país, está en plena reserva de la biosfera de Zumaco, un exuberante rincón protegido por Naciones Unidas por su flora y fauna únicas, no se puede obviar a otras cascadas que, por diversos motivos, son muy afamadas en todo el mundo. Entre ellas se encuentran, por ejemplo, las cataratas del Niágara que se sitúan en la frontera entre Canadá y Estados Unidos y que han conseguido ser absolutas protagonistas en el ámbito del cine.

Montañas

Las formaciones geológicas que se elevan sobre la tierra como resultado de la acción de diferentes agentes, es decir, las montañas son grandes elevaciones naturales que presentan los terrenos. (Villalva j. , 2012)

Son grandes elevaciones que por motivo de movimiento tectónico se formaron hace miles de millones de años y que para las personas que las visitan son muy llamativas debido a que en ciertos lugares del país no las tienen o son muy pequeñas.

Recursos culturales

Montero (2010) expone que los recursos culturales tangibles pueden establecer la oferta diferenciada de productos turísticos culturales. En estos casos se configuran como elementos motivadores que generan desplazamiento de visitantes con expectativas culturales tangibles de los municipios. Desde esta perspectiva el patrimonio cultural tangible de los municipios se convierte en un elemento básico para el diseño de las estrategias de marketing turístico, de acuerdo a la especificidad del destino y a su posicionamiento competitivo. (Covarrubias R. , 2015)

Los Recursos Culturales tangibles pueden fundamentar Una oferta diferenciada de Productos Turísticos Culturales. En estos Casos se configuran Como Elementos

motivadores Que generan Desplazamiento de Visitantes con Expectativas Culturales tangibles Desde esta perspectiva el patrimonio cultural tangible de los municipios se convierte en un elemento básico para el diseño de las estrategias de marketing turístico.

Recursos inmateriales

Los recursos inmateriales son todos aquellos que no se pueden observar, pero si de una forma u otra se las pueden ver como son manifestaciones culturales, tradiciones, etc es por esto que se menciona la música con las palabras de Margarita Panells la música y la danza son componentes del patrimonio que definen la personalidad y la identidad de un territorio, también los mitos populares, la leyendas históricas que constituyen un legado cultural de las civilizaciones. (Planells, 2011)

Son todos aquellos que no se pueden observar, pero si de una forma u otra se las pueden ver como son manifestaciones culturales, tradiciones, etc. definen la personalidad y la identidad de un territorio, también los mitos populares, la leyenda histórica que constituyen un legado cultural de las civilizaciones.

Leyendas

“Una sucesión de hechos ficticios relacionados a cuestiones tradicionales y maravillosas, con un toque de historia, arraigado a determinados pueblos o culturas. Por otro lado, La misma también hace referencia a “aquello que debe ser escuchado” (segundo, 2005)

La leyenda es un relato hablado que se conserva en la tradición oral de un pueblo. Indica lugares con precisión y en su origen tiene antecedentes históricos. Por lo mismo, sus personajes son identificables, aunque nunca iguales al personaje o hecho en el cual se basan. Posteriormente, la leyenda pasa a la escritura, con lo cual se fija, perdiendo una de sus características: la capacidad de transformarse (Cevallos, 2012)

La leyenda se origina hace miles y millones de años son relatos hablados que conserva la tradición oral de un pueblo. Indica lugares con precisión y en su origen tiene antecedentes históricos.

Mitos

“narración maravillosa situada fuera del tiempo histórico y protagonizada por personajes de carácter divino o heroico. Con frecuencia interpreta el origen del mundo o grandes acontecimientos de la humanidad.” Y agrega que es una “Historia ficticia o personaje literario o artístico que condensa alguna realidad humana de significación universal”. (Cevallos, 2012)

El mito son hechos no confirmados que son relatados por las personas que han vivido de cierta manera hechos que han marcado su vida, situada fuera del tiempo histórico y protagonizada por personajes de carácter divino o heroico

Tradiciones

Es un legado que se transmite de generación en generación, por obra de un sujeto transmisor a un sujeto receptor. Lo que se transmite es, en su esencia, un acervo permanente de verdades vitales que asumen diversas y renovadas formas históricas. (Sangay, 2010)

En la tradición hay cinco elementos: 1) el sujeto que transmite o entrega; 2) la acción de transmitir o entregar; 3) el contenido de la transmisión: lo que se transmite o entrega; 4) el sujeto que recibe; 5) la acción de recibir. Son los cinco elementos que en realidad se dan en el fenómeno histórico y sociocultural que es la tradición. Etimológicamente, tradición, de tiradito, significa la acción y el efecto de entregar (tardeare), o transmitir. Así pues, la etimología sólo declara directamente dos de los elementos del fenómeno completo (el 2 y el 3). (CARLOS, 2006)

Las tradiciones en el país son el conjunto de manifestaciones culturales el legado que se transmite de generación en generación, por obra de un sujeto transmisor a un sujeto receptor. Donde sus generaciones tratan de revivirlas día a día.

Música

La música es un arte que, al igual que otras artes, es un medio de expresión, y por lo tanto de comunicación entre los hombres. Utiliza elementos físicos como son los instrumentos musicales, conocimientos científicos como son los que conforman la física acústica o física del sonido y la audición, mediante el empleo de diversos procedimientos técnicos que se combinan para obtener como resultado una obra musical. (Poveda, 2013)

La música sin duda alguna la razón que mueve al mundo, sus letras son el claro legado que se transmite de generación en generación, son impulsadas por eventos que han marcado la vida de una persona. La música la belleza que conmueve al alma.

Constelación de ideas variable dependiente

Componentes del turismo

“Al conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones”. (Alvares, 2012)p,1

“Para el autor es el conjunto de bienes, servicios, patrimonio y el talento humano que interactúa con el demandante, asimismo, la comunidad anfitriona como agente primordial para satisfacer las necesidades del visitantes en sus dos divisiones: turista y excursionista.” (Flores, 2012)

Los componentes del turismo son el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades que interactúa con el demandante, asimismo, la comunidad anfitriona como agente primordial.

Componente Económico

Según datos de la Organización Mundial Turismo (OMT), el hecho de que en 2013 el turismo internacional creciera por encima de las expectativas confirma que viajar forma parte ya de los patrones de consumo de un número creciente de personas, tanto en las economías emergentes como en las avanzadas.

- Los renombrados economistas, Samuelson Y Nordhaus autores del libro "Economía", definen la economía como: "El estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos" (Nordhouse, 2005)
- La Economía en Tela de Juicio", la economía es "el estudio de cómo los individuos transforman los recursos naturales en productos y servicios finales que pueden usar las personas" (Skousen, 2006)
- Del libro "Diccionario de Economía", define la economía como: "La recta y prudente administración de los bienes y recursos" (ANDRADE, 2005)
- Del libro "Principios de Economía", define la economía como "el estudio del modo en que la sociedad gestiona sus recursos" (MANKIOW, 2005)
- Los economistas Benjamín Perles y Charles Sullivan, autores del libro "Economía Para Todos", proporcionan la siguiente definición de economía: "Estudio de los actos humanos en los asuntos ordinarios de la vida. Explica cómo logra el hombre sus ingresos y cómo los invierte"

La economía como la administración eficaz y razonable de los bienes, el conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo, la ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos"

Componente social

Los componentes del turismo forman un solo conjunto los cuales entrelazados forman uno solo. Es así que el autor Ander Egg define este concepto como " toda actividad consciente, organizada y dirigida de manera individual o colectiva, que de modo expreso tiene por finalidad actuar sobre el medio social, para mantener una situación, mejorarla o transformarla". (Ander, 2000) Y Otra autora como Montserrat Colomer entiende que la acción social tiene como finalidad "conseguir la mejora de las condiciones de vida de todos los ciudadanos y a la satisfacción de las necesidades básicas de los mismos, para terminar con la injusticia social". (Montserrat, 2000) Así, liga este concepto al Bienestar Social y afirma que en cierta forma entra en oposición con la mera acción benéfica.

Forman un solo conjunto los cuales entrelazados forman uno solo, conseguir la mejora de las condiciones de vida de todos los ciudadanos y a la satisfacción de las necesidades básicas de los mismos

Desarrollo turístico

El desarrollo turístico se define como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos (Cristina, 2014) por otro lado se toma la definición de (PEARCE 1991:14), que refiere al impacto económico de la actividad turística que genera ingresos económicos provenientes de centros emisores del turismo y empleos.

Detalla Amartya Sen, que el desarrollo puede concebirse como un proceso de expansión de las libertades que disfrutaban los individuos. Su interpretación ha llevado a otorgar una importancia fundamental al concepto de desarrollo humano, y de complemento al desarrollo social. El desarrollo humano se refiere a la creación de un entorno en el que las personas pueden desplegar su pleno potencial y tener una vida productiva y creativa, de acuerdo a sus intereses y necesidades (Amartya, 2006)

El desarrollo tiene que estar sujeto a directrices marcadas al turismo responsable y tiene que pasar por una gestión dirigida por un patnerariado donde personas implicadas es decir destinos, gobiernos, sector privado o público, organismos internacionales establezcan marcos políticos legislativos económicos-sociales así que se la considera una estrategia de desarrollo turístico reducir la pobreza

Desde el punto de vista económico la importancia de las aguas es muy grande. Nuevos campos de ganancia están apareciendo, generándose grandes intervenciones del capital privado. No es extraño que desde Europa incidan en el análisis económico del uso del agua o en la recuperación de los costes de los servicios relacionados con el agua con incentivos y 252 Leandro García González Boletín de la A.G.E. N.º 37 - 2004 253 Agua y turismo. Nuevos usos de los recursos hídricos en la Península Ibérica. Enfoque integral Boletín de la A.G.E. N.º 37 - 2004 teniendo en cuenta los efectos sociales, medioambientales y económicos (García L. , file:///C:/Users/user/Downloads/1985-1966-1-PB.pdf, 2004)p,252

El desarrollo turístico debe conducir a igualar las condiciones de bienestar prevalecientes en las sociedades industrializadas. Si bien actualmente se acepta que el desarrollo debe adecuarse a las condiciones económicas y sociales particulares de cada país. Puede concebirse como un proceso de expansión de las libertades que disfrutaban los individuos

Componente Ecológico

El entorno ecológico de construcción se encuentra alrededor de las personas; brinda el lugar para todos los eventos, grandes o pequeños, de la vida. Independiente de que se note o no, el entorno de construcción juega un papel primordial en el entorno natural, el económico y el cultural. El entorno de construcción facilita un contexto para enfrentar y abordar los desafíos contemporáneos más importantes de la humanidad. (Rick, 2005) Los autores Goeldener y Ritchie (2011) p, 329 aluden que un recurso natural y el medio ambiente forman fundamentalmente la medición de los recursos naturales que cualquier

área tiene disponibles para el uso y disfrute de los visitantes, los elementos básicos en esta categoría incluyen el aire y el clima, fisiografía de la región, forma de la tierra, terreno, flora, fauna y cuerpos de agua, playas, belleza natural, y agua para beber, y usos similares. (Covarrubias R. , <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/recurso-turistico.htm>, 2015)

EL Componente Ecológico un recurso natural y el medio ambiente forman fundamentalmente la medición de los recursos naturales, se encuentra alrededor de las personas; brinda el lugar para todos los eventos, grandes o pequeños, de la vida. Independiente de que se note o no, el entorno de construcción juega un papel primordial en el entorno natural, el económico y el cultural.

Marketing turístico

Para los autores Yamisleydis Pérez Martínez, Laritza Vázquez, Vladimir Álvarez Caraballo definieron el marketing turístico como un proceso de gestión responsable de identificar, anticiparse a las necesidades de los consumidores de forma satisfactoria, cuyo objetivo es conocer y entender al cliente, Por tanto el marketing no es el arte de vender lo que produce sino el arte de saber qué producir o vender. Además pusieron énfasis en las palabras de otros autores que los definen de la siguiente manera Davies: “El marketing es un conjunto de conocimientos acerca de la relación entre una empresa y el mercado”. Kotler. “Es un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos con valor para otros”. Según Stanton” Es un sistema total de actividades de negocios cuya finalidad es planear, fijar el precio, de promover y distribuir los productos satisfactorios de necesidades entre los mercados meta para alcanzar los objetivos corporativos” y por ultimo del autor Payne “... es un proceso de percepción, comprensión, estímulo y satisfacción de las necesidades de mercados, objetivo seleccionado de forma especial al canalizar los recursos de una empresa para cumplir con esas necesidades” (Pérez, 2011)

El marketing turístico es un proceso de gestión responsable de identificar, anticiparse a las necesidades de los consumidores de forma satisfactoria, cuyo objetivo es conocer y entender al cliente, Por tanto, el marketing no es el arte de vender lo que produce sino el arte de saber qué producir o vender para llegar de manera directa a la mente de quien va a consumir un servicio o un bien.

Promoción

La palabra promoción como bien se conoce viene en conceptos básicos del mercadeo y estudio del mismo en donde se toman las siguientes referencias de los siguientes autores “En términos generales, para que un potencial cliente o comprador adquiera o compre un producto que necesita o desea necesita antes: 1) saber de su existencia, 2) sentirse persuadido para comprar ese producto y 3) recordar que existe (Thompson), por otra parte “la promoción como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo” (Stantom, 2014)

Según Jerome McCarthy (quién introdujo el concepto de las 4P's del marketing y William Perreault, “la promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos”. A esto añaden algo a tomar en cuenta: “La función principal del director de marketing consiste en comunicar a los consumidores meta que el producto idóneo se encuentra disponible en el lugar adecuado al precio correcto”

Tipos De Promoción

Para realizar publicidad y promoción en las empresas ya sean públicas o privadas se debe tomar en cuenta ciertos parámetros necesarios en los cuales el autor Philip Kevin menciona los siguientes: (PHILIPKevin, 2011)

Publicidad: Anuncios impresos, de radio y TV, empaque, insertos en el empaque, dibujos animados, folletos.

Promoción de ventas: Concursos, juegos, sorteos, loterías, obsequios, muestras, ferias y espectáculos comerciales, exhibiciones

Eventos y experiencias: Eventos deportivos, entretenimiento, exposiciones artísticas, causas, visitas a las fábricas, museos de la empresa

Relaciones Públicas: Boletines de prensa, discursos, seminarios, reportes anuales, donaciones, publicaciones

Venta Personal: Representaciones de venta, reuniones de venta, programas de incentivos, muestras, ferias y espectáculos comerciales.

Marketing Directo: Catálogos, mensajes por correo, telemarketing, copras por internet, venta por tv, mensajes por fax.

Los diferentes tipos de promoción son necesarias estudiarlas ya que todas a la vez no ocasión el impacto esperado por la demanda es por ello que se debe realizar un estudio de mercado antes de utilizar alguna herramienta de marketing sea venta personal, marketing directo, publicidad.

Destino Turístico

Es el lugar concreto donde se lleva a cabo el turismo, por ejemplo: Cancún, Méjico, España... Es decir, “el lugar físico donde se encuentra el recurso turístico a partir del cual se desarrolla el producto turístico. Por eso se puede definir destino turístico como – el lugar o espacio geográfico donde se concentra o desarrolla la industria turística (recursos y productos turísticos)” (ver Figura 1) [14].

La gestión de destinos tema de relevancia, como consecuencia del desarrollo sostenido del turismo tanto del lado de la demanda como de la oferta, se ha desarrollado como respuesta a las tendencias observadas en el mercado turístico, marcadas de una parte por el incremento de la competitividad a escala global, y del desarrollo local como alternativa de respuesta a la crisis económica global y los procesos de globalización (Manente, 2008)

Es el lugar concreto donde se lleva a cabo el turismo, de esta manera el destino turístico engloba al sistema turístico sea, planta turística, estructura, súper estructura, ya que esta incentiva al visitante a conocer nuevos lugares.

Procedimientos turísticos

El procedimiento tiene objetivos de seguir una secuencia de pasos que se logran diseñando productos turísticos en los que estén inmiscuidos, la oferta, demanda, infraestructura, superestructura es, decir todos los recursos necesarios para que se forme el sistema turístico sin que se pierda la esencia de la actividad turística (Machado, 2007)

Los procedimientos tienen objetivos de seguir una secuencia de pasos que se logran diseñando productos turísticos en los que estén inmiscuidos, la oferta, demanda, infraestructura, superestructura para conseguir así la mejora en servicios.

Oferta turística

La oferta como su palabra mismo lo dice es ofrecer cierta cantidad de bienes o la satisfacción de un servicio con la finalidad de obtener utilidades para una persona u empresa por lo tanto “Se mide contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo y a los ingresos que generan y si se quiere profundizar el análisis, que distribuyan datos entre los distintos tipos de servicios” (Boullon, 2004)p.32

Tomando las palabras de Antonia la oferta y la demanda son cantidades que se van a intercambiar al precio que este debería efectuarse, es por esto que la oferta no se debe crear como producto o servicio en concreto, sino más bien como la mezcla de diversas actividades o factores para cubrir con la demanda caracterizado la oferta turística por ser intangible”. (Saez, estructura general del mercado turístico, 2011)

Es el conjunto de bienes y servicios puestos en el mercado. La oferta se clasifica en primordial y complementaria (De la Torre, 1980): la primera está integrada por los recursos turísticos y la segunda, por las empresas que componen el equipamiento turístico y los eslabonamientos. (Varisco.Cristian, 2013)

Definimos como oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo (Alvares, 2012)p,1

La oferta turística es ofrecer cierta cantidad de bienes o la satisfacción de un servicio con la finalidad de obtener utilidades para una persona u empresa, por lo tanto, se la mide mediante encuestas a los visitantes y de otra manera es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico

Demanda turística

La demanda no es más que los requerimientos que tienen las personas ya sea en bienes o servicios, es por ello que la demanda turística resulta fundamental para planificar y

gestionar las actividades y los destinos turísticos, al igual que dar a conocer cuáles son los recursos que se pueda adecuar para complementar la oferta existente. (Pulido, 2011) .Además Retomando las anteriores definiciones se considera demanda como los principales consumidores o usuarios de aquellos bienes o servicios; están íntimamente relacionados con los gustos y preferencias de los individuos o la sociedad de un determinado sitio o región (Boullon, 2004)p.32

La demanda turística de un determinado sitio turístico depende del atractivo conformado en éste. Como mencionan Goeldener y Ritchie (2011) los recursos naturales también se pueden encontrar en cualquier área natural y están disponibles para su uso, pero sin embargo al desarrollar un producto con potencial que disfruten los visitantes es importante que se tenga en cuenta la importancia del cuidado y mantenimiento para que sigan existiendo en el futuro (Varisco.Cristian, 2013)p,67

Es el número de personas que viajan o desean viajar para utilizar instalaciones turísticas y servicios lejos de sus lugares de trabajo o residencia (Mathieson, 1990). Esta definición contempla la demanda real o efectiva, y la demanda potencial que estaría interesada en viajar al destino.

Para (Sergio, 2012) “Está compuesta por los turistas y por sus necesidades físicas y espirituales además necesidades físicas se refiere a la satisfacción como el comer, dormir y las espirituales se refieren a la contemplación, el aprendizaje, la autor relación y las nuevas experiencias”.

Para el autor Alejandro García en su concepto relacionado a la demanda dice “Demanda turística comprende el gasto total por turismo efectuado por las personas durante sus viajes y estancias en el lugar de destino (consumo turístico); es decir, hace referencia a la capacidad de gasto de los demandantes”. (Garcia A. p., 2012)p, 23

La demanda turística resulta fundamental para planificar y gestionar las actividades y los destinos turísticos, al igual que dar a conocer cuáles son los recursos que se pueda adecuar para complementar la oferta existente, comprende el gasto total por turismo efectuado por las personas durante sus viajes y estancias en el lugar de destino (consumo turístico); es decir, hace referencia a la capacidad de gasto de los demandantes

La infraestructura

Según (Sergio, 2012) la infraestructura “activa e impulsa los servicios básicos al sistema turístico sea interna como servicios de agua, luz, gas y otros o de tipo externa como aeropuertos, carreteras, sistemas que contribuyen a entrelazar el destino con los puntos de partida del turismo”.

La infraestructura es parte del sistema turístico él que se refiera a medios técnicos, servicios e instalaciones de esta manera para el autor dice:

Por otra parte, los autores Lourdes y Rafael en su libro se toma las siguientes palabras son aquellos elementos los cuales sean públicos o privados, son necesarios para el acceso del turista al su destino, este desplazamiento de personas tiene el objetivo primordial que disfruten del atractivo y en definitiva para el desarrollo de la actividad turística es por ello que presentan 8 tipos de infraestructura las que se detallan a continuación:

- Infraestructura de transporte como son carreteras, aparcamientos reparación de automotores entre otros.
- Infraestructura de sanidad, que son hospitales, clínicas, ambulancias, centros de salud.
- Infraestructura cultural, deportivas y de ocio, teatros, auditorios, plaza e toros entre otros.
- Infraestructura de señalización, se refiere en turismo a los accesos de turistas hacia empresas y resto de infraestructura
- Infraestructura relacionada con la seguridad; policía nacional, protección civil, guardia civil. bomberos, etc.
- Infraestructura de comunicación; cabinas telefónicas, servicios de fax, conexiones a internet, etc.
- Suministros; energía eléctrica, suministros de gas, gasolineras, abastecimientos de agua, alumbrado de calles, etc.
- Otras infraestructura paseos marítimos, mallas de obras, miradores, microclimas (García O. y., 2011)

Para Oscar Padilla presta servicios básicos o de apoyo al sistema turístico. La infraestructura, normalmente, sirve también en la gestión de otras actividades económicas, además de resultar imprescindible para satisfacer necesidades sociales. y puede clasificarse en interna (redes telefónicas, de alcantarillado, de agua potable, vías de comunicación, localizadas dentro de los límites de influencia de un destino turístico) y externa (aeropuertos, carreteras, telégrafos, es decir, los sistemas que contribuyen a enlazar un destino turístico con otro, o bien, con centros urbano-industriales). (Torre, 2014)p, 17

Es el conjunto de obras y servicios que sirven de base para el desarrollo de todas las actividades económicas, y en consecuencia, puede ser de uso común o puede ser específica del turismo. Es el soporte que permite la conexión entre centros emisores y receptores y el desarrollo del destino turístico, en especial, el transporte (rutas y terminales) y la comunicación. (Varisco C. , 2013)

Es el conjunto de obras y servicios que permiten, en general, el desarrollo socioeconómico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad. Entre estos encontramos: {Rutas de acceso. Pueden ser terrestre, aérea, lacustre, marítima, redes viales, aeropuertos, terminales, etc. Comunicaciones. Abarca los servicios de teléfono, correo, telégrafo, internet, correo electrónico, etc. Equipamiento urbano. Comprende los servicios agua, desagüe, alcantarillado y energía eléctrica

Superestructura

La superestructura es conjunto de leyes que sirven para apoyar la actividad turística como lo mencionan ciertos autores; entendiéndose como superestructura al conjunto de los fenómenos ju

Rídico-políticos e ideológicos y las instituciones que los representan. En los cuales intervienen el estado, el derecho, las ideologías, las religiones, las manifestaciones artísticas, etc., son hechos sociales que se inscriben en el contexto de la superestructura de una determinada sociedad” (VAN, 2005)

Tomando las palabras del autor molina Sergio que dice lo siguiente “Organismos oficiales y privados que se encargan de regular el sistema turístico”. (Sergio, 2012)

Se entiende por superestructura al conjunto de los fenómenos jurídico-políticos e ideológicos y las instituciones que los representan. Donde el estado, el derecho, las ideologías, las religiones, las manifestaciones artísticas, etc., son hechos sociales que se registran en el contexto de la superestructura de una determinada sociedad. La base económica infraestructura de la sociedad determina siempre La superestructura. (Engles, 2000)

Asume la función de regular el sistema turístico, recogiendo los intereses, expectativas y objetivos de los subsistemas restantes. Se divide en dos clases de subsistemas: a) organizacionales: son organismos del sector público, organizaciones del sector privado y organismos intergubernamentales; y b) conceptuales: son las leyes, reglamentos, planes y programas. (Torre, 2014)p,16

Está integrada por organismos públicos, privados y del tercer sector que tienen por objeto planificar y coordinar el funcionamiento del sistema turístico. El sector público incluye organismos gubernamentales vinculados de manera directa con la actividad como los Organismos Municipales de Turismo y demás organizaciones públicas de jurisdicciones provinciales y 68 nacionales, y también organismos vinculados de manera indirecta como Secretarías de Cultura, Deportes o Producción.

Política Turística

Función de Definición de Política Turística La Organización Mundial del Turismo (OMT) define Política Turística como la acción que desarrolla el sector público desde el conjunto de administraciones e instituciones que lo componen que afectan de manera relevante a la actividad pública. Otra definición propuesta responde como el conjunto de medidas adoptadas por la Administración Nacional de Turismo (ANT) para el mayor aprovechamiento de los recursos Turísticos

Objetivos de la Política Turística

En un margen legal según (Arcoci, 2015)Objetivos de la Política Turística Uno de los principales objetivos de la política turística es potenciar el turismo receptivo para que se puedan aplicar diferentes tipos de medidas como por ejemplo, la devaluación de la moneda, campañas de marketing, mejora de la imagen exterior, del país, así como la presentación de sus productos en ferias y exposiciones internacionales, el apoyo a sus empresas turísticas y medidas a favor del establecimiento de empresas extranjeras. Sin

embargo, no se muestran tan entusiastas en la promoción del turismo emisor, ya que este proceso supone la salida de la divisa al exterior y por tanto, importantes pérdidas en términos económicos. La iniciativa pública tiene una gran influencia en el ámbito económico y social. De ahí el establecimiento de impuestos como la concesión de subvenciones a las empresas, o al consumo que afecta, tanto, a las decisiones económicas adoptadas, como a los agentes implicados. Los objetivos de la política turística se asocian en ocho niveles. El principal objetivo será el El principal objetivo será el procurar el crecimiento, en cantidad, calidad y permanencia de los destinos turísticos.

Objetivo Social: Objetivo Social: incrementar los puestos de trabajo y en mejorar la calidad de vida de las poblaciones receptoras.

I turismo como fuente generadora de divisas

El turismo como fuente generadora de divisas De todos los beneficios posibles del turismo es quizás el más notable. Los ingresos resultantes del gasto realizado por los turistas en los países, contribuyen significativamente en la balanza de pagos, especialmente en los países en vías de desarrollo. Desde el punto de vista económico normalmente se analiza la contribución que El turismo y sus efectos sobre el ingreso nacional el turismo hace a la economía de un país como consecuencia de su capacidad para generar divisas. (Arcoci, 2015).

Asimismo la (SECTUR, 2002) afirma que toda zona que considere desarrollar o ampliar su turismo debe evaluar cuidadosamente sus recursos turísticos. Entre éstos figuran todos los tipos de atracciones y actividades actuales o posibles relacionadas con el medio ambiente natural, el patrimonio cultural y los rasgos específicos de la zona, como actividades económicas, sitios urbanos, entorno rural, servicios de salud, lugares religiosos, instalaciones y servicios turísticos ya en funcionamiento infraestructura de transporte y general, y disponibilidad de mano de obra cualificada

Los ingresos resultantes del gasto realizado por los turistas en los países, contribuyen significativamente en la balanza de pagos, especialmente en los países en vías de desarrollo. Entre éstos figuran todos los tipos de atracciones y actividades actuales o posibles relacionadas con el medio ambiente natural, el patrimonio cultural y los rasgos específicos de la zona

Calidad de Servicios

Calidad de servicios que debe brindar la parroquia Río Negro debería ser siempre eficaz ya que de esta manera se podría obtener mejores ingresos y visitas de turistas al pueblo es por ello que tomando las palabras de Morales el consumidor se ha convertido en una piedra angular. La gran parte de la conducta de las personas está relacionada con la compra, la venta, el uso y la adquisición de productos o servicios, la calidad del consumo es un índice revelador de la disposición de la economía y del grado de bienestar de los ciudadanos (Morales, 2003) y para finalizar el concepto de Miguel Abadí se define la calidad de servicio que consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades. (Abadí, 2004).

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3. Enfoque de la Investigación

Esta investigación es cualitativa porque se da a conocer la calidad de los atractivos turísticos que tiene la parroquia Río Negro, así mismo conocer las experiencias que tiene cada uno de sus moradores con el entorno que los rodea, Es cuantitativa puesto que busca detallar los hechos con datos numéricos, orientados a la población para obtener resultados positivos. A su vez su belleza paisajística y de las personas que habitan en ella.

3.1 Metodología de la Investigación

De campo

La investigación se realizó en la parroquia de Rio Negro cantón Baños de Agua Santa provincia de Tungurahua donde se estudió el problema la escasa promoción turística donde se obtuvo la información requerida y de acuerdo a los objetivos establecidos que otorga el propósito de detectar, ampliar y profundizar distintos, criterios de autores basándose en fuentes primarias como documentos o fuentes secundarias como libros, revistas, periódicos.

3.2 Nivel o Tipo de Investigación

Este tipo de investigación se realizó mediante alcances estratégicos de la investigación y los procesos fueron distintos en estudios que son alcances, exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo y se dan a conocer a continuación.

Exploratorio

Porque se examinó de manera profunda los atractivos que tiene la parroquia Río Negro la influencia en el desarrollo turístico, es por ello que se fue a la zona en cuestión a realizar estudios y análisis de la situación actual de la misma,

Descriptivo

Porque ayuda a detallar de manera clara y precisa la incidencia en el desarrollo económico, como es el aprovechamiento de los atractivos turísticos, de qué manera se potencializa los mismos y qué medidas se deberán tomar para que la parroquia Río Negro mejore su economía.

Explicativo

Este tipo de investigación se la realiza por que se da a conocer los factores que intervienen para que la parroquia no logre ser netamente turístico o que acontecimientos le hace falta para que logren ser promocionados o difundidos a nivel nacional o internacional.

3.3. Población y Muestra

Para la obtención de la muestra de la población existente bajo el criterio que es un universo amplio se aplica la siguiente formula estadística:

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2(N - 1) + k^2 \cdot p \cdot q)}$$

Siendo:

N: población

n: muestra

e: error

k: confiabilidad

p: porción de la población que tiene la característica estudiada.

q: porción de la población que no tiene la característica estudiada.

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2(N - 1) + k^2 \cdot p \cdot q)}$$

$$n = \frac{(1,44)^2(0,5)(0,5)(5481)}{((0,08)^2(5481 - 1) + (1,15)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{(1250)(0,7)(0,7)(5481)}{((0,0064)(5480)) + (1250)(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{2841,3504}{(35,072) + 0,5184}$$

$$n = \frac{2841,3504}{35,5904}$$

$$n = 79,83474195288617$$

$$n = 98$$

Una vez extraída la muestra de 98 individuos se decide realizar de tipo no probabilístico por decisión de expertos aplicando a moradores en un rango de edad de 18 a 60 años y que manejen la temática de investigación

3.4. Operacionalización de las Variables

3.4.1. Variable Independiente: Atractivos Turísticos

Tabla 1 Tabla de Operacionalización de la variable dependiente

CONCEPTO	CATEGORIA	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TECNICAS	INSTRUMENTOS
<ul style="list-style-type: none"> Son todos los bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuentan, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda” en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona. por lo tanto, no lo son sólo los recursos, sino también aquellos otros construidos por el hombre (vogeler y Hernández, 2002 	Bien	Restauración	¿Los atractivos turísticos que tiene la parroquia atraen a turistas con la finalidad de ejercer la actividad turística?	Encuesta	Cuestionario
	Servicio	Recreación	¿Los servicios turísticos que posee la parroquia son.....?	Encuesta	Cuestionario
		Satisfacción	¿Los accesos a los Recursos naturales que tiene la parroquia Río Negro se encuentran...?	Entrevista	Cuestionario
	Recursos	Natural	¿Los pobladores de la parroquia tienen capacitaciones con respecto a la actividad turística en calidad de Servicio al Cliente?	Encuesta	Cuestionario
		Cultural	¿Cree usted que hay facilidades turísticas y accesos adecuados a los atractivos naturales de la parroquia Río Negro?	Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la investigación

3.4.2. Variable dependiente: Desarrollo Turístico

Tabla 2. Operacionalización de la variable independiente

CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
El desarrollo turístico se define como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos (CRISTINA, 2014) y (pearce 1991:14), además se refiere al impacto económico de la actividad turística que genera ingresos económicos provenientes de centros emisores del turismo y empleos.	Servicios	Mejoramiento de instalaciones	¿Cree usted que la actividad turística de la parroquia Río Negro otorga empleos a los moradores de la misma...?	Encuestas	Cuestionario
		Satisfacer necesidades	¿Se debería aumentar la partida presupuestaria para el desarrollo del turismo de la parroquia?	Encuestas Encuestas	Cuestionario
	Economía	Creación de empleos	¿Le gustaría que la parroquia Río Negro fuera promocionada?	Encuestas	Cuestionarios
		Impacto económico	¿Por cuales medios de difusión le gustaría que la parroquia Río Negro sea promocionada?	Encuestas	Cuestionarios
	Turismo	Actividad turística	¿De qué manera aportaría usted en beneficio del desarrollo turístico de la parroquia Río Negro?	Encuestas	Cuestionarios

Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la invetsigacion

CAPITULO IV

4. Análisis e Interpretación de los Resultados

4.1. Análisis de los resultados

Análisis de la encuesta aplicada a los actores involucrados en la actividad socioeconómica de la parroquia de Río Negro.

1. ¿Los atractivos turísticos que tiene la parroquia Río Negro son de gran importancia para ejercer la actividad turística?

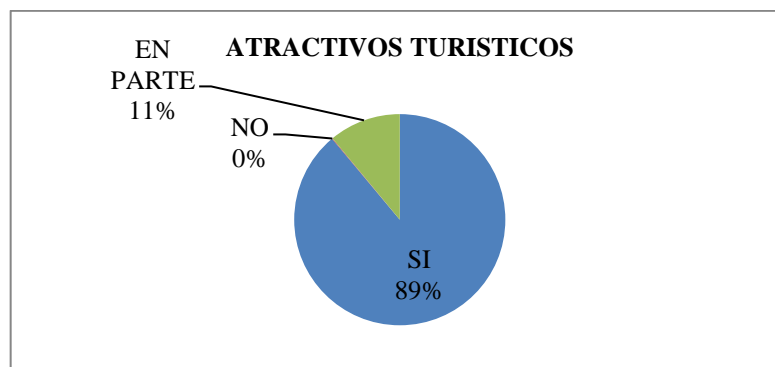
Tabla 3 Los atractivos que tiene la parroquia Río negro

ALTERNATIVA	NUMERO	PORCENTAJE
SI	88	89%
NO	1	0%
EN PARTE	9	11%
TOTAL	98	100%

Elaborado por: URQUIZO,Belen

Fuente: la invetsigacion, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Gráfico 6. Tabla de atractivos que tiene la parroquia Rio Negro



Elaborado por: URQUIZO,Belen

Fuente: la invetsigacion, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Análisis:

De acuerdo con las encuestas realizadas y el grafico presentado hubo un total 98 encuestados donde el 44% fue de sexo masculino y el 54% de sexo femenino en rangos de edades 10-20 años de edad con el 9%, de 20-40 años de edad con el 59% que son la población económicamente activa de la parroquia y el 32% en un rango de edad de 40-60 respectivamente, en la presente grafica se puede ver que la respuesta NO con 0% en la tabla, de lo que se refiere a los atractivos turísticos son de importancia para ejercer la actividad turística, por otra parte un 11% dice que solo en parte son de importancia y el 89% de encuestados dicen que SI son de importancia para ejercerla.

Interpretación:

La tabla señala que los atractivos turísticos de la parroquia Río Negro son de aporte a la actividad turística y es por ende que los turistas se desplazan al sector, y por esa razón la economía del pueblo sigue estable, por otro lado, la población con votación en parte lo dice así porque no precisamente el turismo es su actividad primaria, si no otras actividades como la agricultura, crianza de aves entre otros. En consecuencia, se puede resumir que la actividad turística está empezando a fluir en la parroquia.

2. ¿Los servicios turísticos de la parroquia son.....?

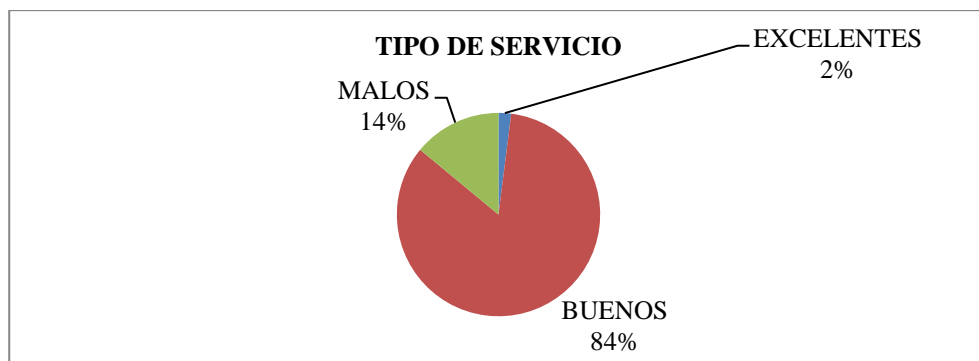
Tabla 4 Los Servicios que tiene la parroquia

ALTERNATIVA	NUMERO	PORCENTAJE
EXCELENTES	2	2%
BUENOS	82	84%
MALOS	14	14%
TOTAL	98	100%

Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la investigación, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Gráfico 7. Los Servicios que tiene la parroquia



Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la investigación, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Análisis:

La gráfica muestra que el 2% de la población dice los servicios turísticos que brinda la parroquia en lo que se refiere a la oferta de los mismos son excelentes, por otra parte 14% dice que son malos y por último el 84% menciona que son buenos.

Interpretación:

Los datos obtenidos indican que la mayoría de los servicios turísticos de la parroquia Río Negro son buenos pero que se podría mejorar para esto se debería seguir normas y parámetros adecuados, por otro lado, se dice que son malos porque no existe accesibilidad o señalética adecuada a los mismos.

3. ¿Los accesos a los recursos naturales de la parroquia de Río Negro necesitan adecuaciones...?

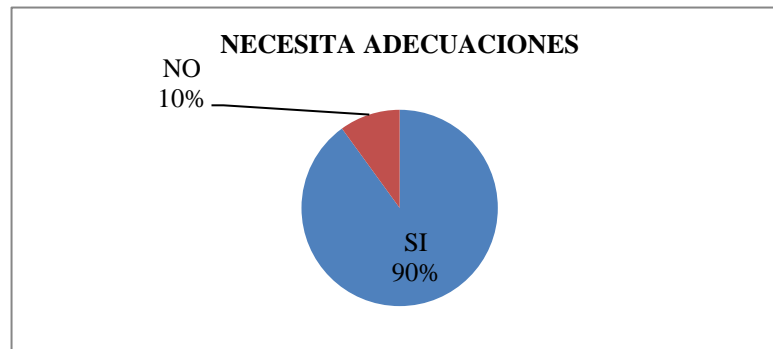
Tabla 5 Los Accesos a los Atractivos

ALTERNATIVA	NUMERO	PORCENTAJE
SI	83	83%
NO	15	15%
TOTAL	98	100%

Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la investigación, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Gráfico 8. Los Accesos a los Atractivos



Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la investigación, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Análisis:

Del total de las encuestas el 10% de la población menciona que los recursos naturales que posee la parroquia No necesitan adecuaciones, por otra parte, el 90% dice que si las necesita es por esto que se ha debido realizar las encuestas en el sector.

Interpretación:

En base a los datos obtenidos se puede decir que los atractivos naturales que tiene la parroquia de Río Negro necesita de adecuaciones, para poder ejercer la actividad turística de manera adecuada y para que los turistas puedan regresar a consumir sus productos y servicios.

4. ¿Los pobladores de la parroquia tienen capacitaciones con respecto a la actividad turística en calidad de Servicio al Cliente?

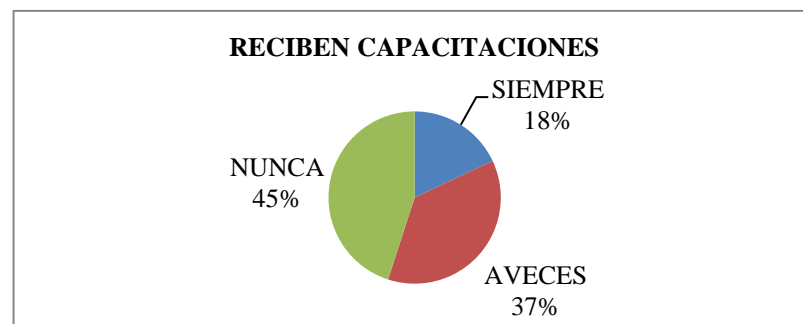
Tabla 6 La parroquia tiene capacitaciones

ALTERNATIVA	NUMERO	PORCENTAJE
SIEMPRE	18	18%
AVECES	36	37%
NUNCA	44	45%
TOTAL	98	100%

Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la investigación, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Gráfico 9 La parroquia tiene capacitaciones



Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la investigación, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Análisis:

La tabla muestra que el 18% de la población que tienen negocios o alguna actividad que se encuentre en contacto con el cliente ha recibido capacitaciones en atención al cliente, el 37% de la población dice que a veces se ha recibido charlas, y un 45% dice que nunca se ha recibido capacitaciones ni nada por el estilo.

Interpretación:

Según datos estadísticos la población de Río Negro nunca ha recibido capacitaciones en atención y servicio al cliente es por esto que no creen estar preparados de manera total para la visita de los mismo, sabiendo que el estar capacitados de manera continua, es la manera correcta de ganarle a la competencia.

5. Cree usted que hay facilidades turísticas y accesos adecuados a los atractivos naturales de la parroquia Río Negro. ?

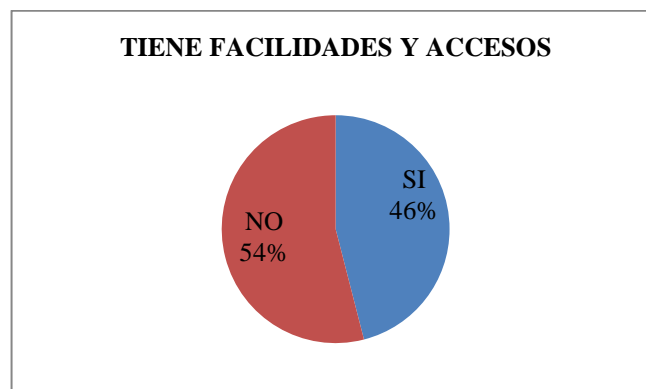
Tabla 7 Tiene facilidades Turísticas

ALTERNATIVA	NUMERO	PORCENTAJE
SI	51	51%
NO	47	47%
TOTAL	98	100%

Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la investigación, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Gráfico 10 Tiene facilidades Turísticas



Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la investigación, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Análisis:

Se puede decir que el 46% de la población encuestada destaca que, si existen facilidades y accesos a todos los atractivos de la parroquia, pero en su mayoría que es el 54% de los mismos dicen que No existen tales cosas.

Interpretación:

Según datos estadísticos afirma que en su mayoría los atractivos turísticos que tiene la parroquia no cuentan con las debidas facilidades y accesos para los mismos y que es por esto que ellos no pueden ser conocidos o difundidos, a la vez que la población rescata que cuenta con excelente vialidad y así los turistas pueden llegar a conocer la parroquia y lo que la misma ofrece.

6. ¿Cree usted que la actividad turística de la parroquia Río Negro otorga empleos a los moradores de la misma...?

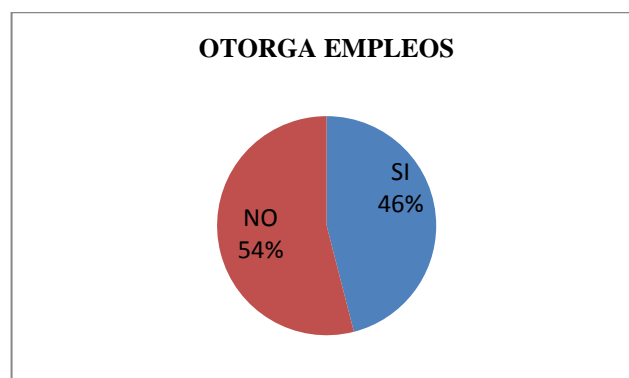
Tabla 8 La Actividad Turística Otorga empleos.

ALTERNATIVA	NUMERO	PORCENTAJE
SI	88	88%
NO	10	10%
TOTAL	98	100%

Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la investigación, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Gráfico 11. La Actividad Turística Otorga empleos.



Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la investigación, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Análisis:

Del total de 98 encuestados el 46% menciona que NO otorga empleos la actividad turística en la parroquia y mientras que el 54% de la población dice que, Si genera empleos, a los pobladores de la misma pero que se debería aumentar el índice de empleo.

Interpretación.

En el gráfico anterior se puede apreciar que la mayor parte de la población habla positivamente de los empleos que otorga la actividad turística de la parroquia, y que los propietarios de los locales turísticos tienen la suficiente demanda de turistas para otorgar empleos a la comunidad, de igual manera un número significativo de pobladores dicen que no obtiene empleo por la actividad del turismo y que se debería realizar proyectos de emprendimientos.

7. ¿Se debería aumentar la partida presupuestaria para el desarrollo del turismo de la parroquia?

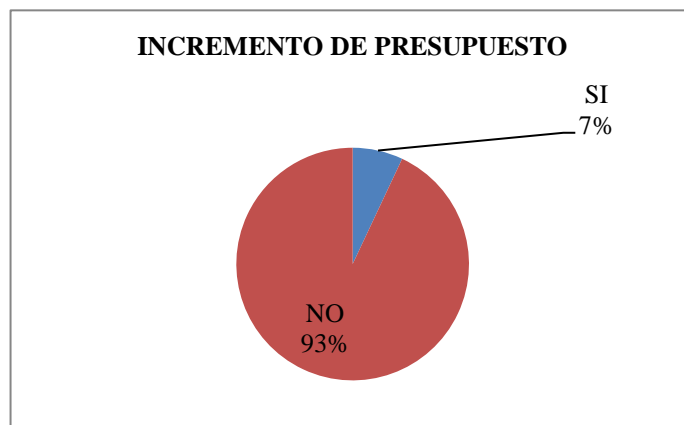
Tabla 9 Se debería incrementar el presupuesto del GAD en obras de turismo

ALTERNATIVA	NUMERO	PORCENTAJE
SI	6	7%
NO	92	93%
TOTAL	98	100%

Elaborado por: URQUIZO,Belen

Fuente: la invetsigacion, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Gráfico 12. Se debería incrementar el presupuesto del GAD en obras de turismo



Elaborado por: URQUIZO,Belen

Fuente: la invetsigacion, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Análisis:

El 93% de la población dio su punto de vista, que se debería aumentar la partida presupuestaria para el área de turismo y un 7% de la misma dicen que se debería aumentar la partida presupuestaria, pero en otra área como producción, etc.

Interpretación:

La gran mayoría de la población dice se debería incrementar la partida presupuestaria en turismo ya que de esta manera los atractivos turísticos de la parroquia serían más visitados y fueran más promocionados, porque existen descuidos en ciertos lugares que serían de gran atracción para el visitante, por otra parte, en menor cantidad los visitantes no están de acuerdo con el aumento del presupuesto por que mencionan que hay otra necesidad que tiene la parroquia.

8 ¿Le gustaría que la parroquia Río Negro fuera promocionada?

Tabla 10 Le gustaría que la parroquia se promocióne.

ALTERNATIVA	NUMERO	PORCENTAJE
SI	98	100%
NO	0	
TOTAL	98	100%

Elaborado por: URQUIZO,Belen

Fuente: la invetsigacion, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Gráfico 13.Le gustaría que la parroquia se promocióne.



Elaborado por: URQUIZO,Belen

Fuente: la invetsigacion, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Análisis:

De acuerdo con las encuestas realizadas y el gráfico presentado se puede ver que la respuesta Si en lo que se pregunta si desea que la parroquia de Río Negro fuera promocionada se tuvo el 100% de resultados positivos.

Interpretación:

En base a las encuestas realizadas dice que toda la población está de acuerdo que la parroquia sea promocionada por medios de difusiones confiables y de alcance masivo para que de esta manera se incremente el número de visitantes y por ende mejore la economía de la comunidad.

9. Por cuales medios de difusión le gustaría que la parroquia Río Negro sea promocionada. (Puede elegir más de una opción)

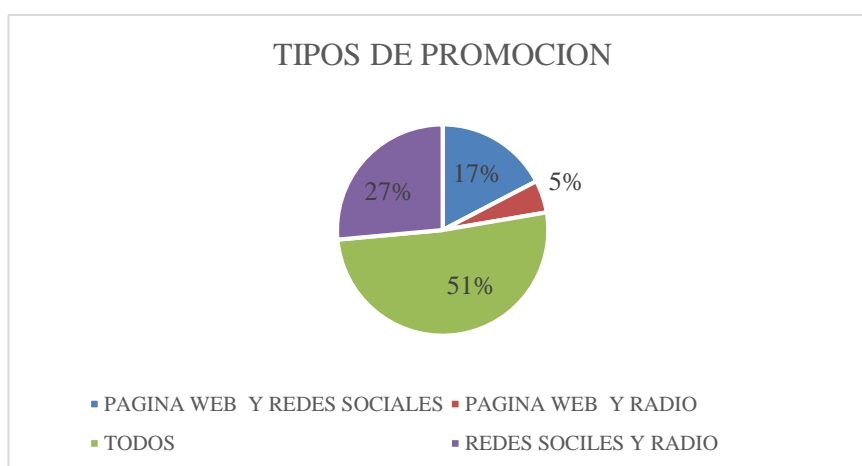
Tabla 11 Por que medios le gustaría que fuera promocionada

ALTERNATIVA	NUMERO	PORCENTAJE
PAGINA WEB Y REDES SOCIALES	21	21%
PAGINA WEB Y RADIO	6	6%
TODOS	60	62%
REDES SOCIALES Y RADIO	32	32%
TOTAL	98	100%

Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la investigación, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Gráfico 14. Por que medios le gustaría que fuera promocionada



Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la investigación, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Análisis:

Con un total de 5% de aceptación la población dice que se debería promocionar a la parroquia por medio de páginas web y radio, un 17% dice que se debe hacerlo en página web y redes sociales, el 27% que se debe hacerlo mediante redes sociales y radio y el restante que representa el 51% de la población menciona que se debe realizarlos por todos los medios posibles.

Interpretación:

La mayor parte de la población de Río Negro ve la necesidad de promocionarla, mediante todos los medios posibles, porque de esta manera se podría llegar adecuadamente y de manera eficaz a turistas tanto nacionales como internacionales

10. De qué manera aportaría usted en beneficio del desarrollo turístico de la parroquia Río Negro?

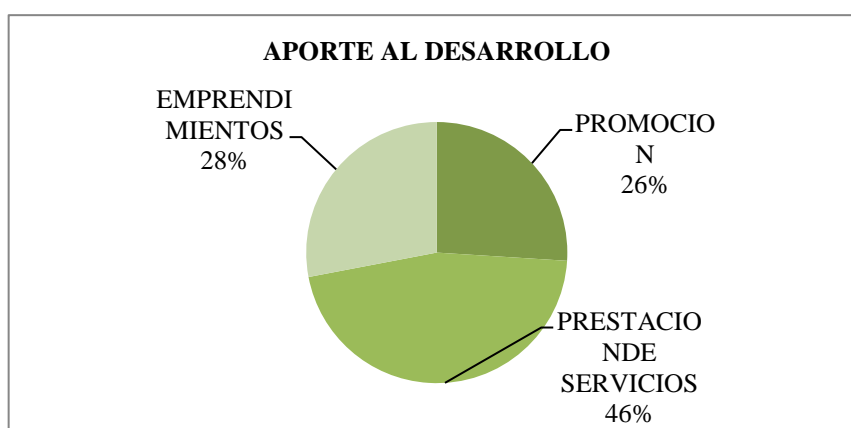
Tabla 12 ¿De qué manera aportaría al beneficio del desarrollo?

ALTERNATIVA	NUMERO	PORCENTAJE
PROMOCION	25	26%
PRESTACIONDE SERVICIOS	45	46%
EMPRENDIMIENTOS	28	28%
TOTAL	98	100%

Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la investigación, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Gráfico 15 ¿De qué manera aportaría al beneficio del desarrollo?



Elaborado por: URQUIZO, Belen

Fuente: la investigación, y pobladores de la parroquia de Río Negro

Análisis:

El 26% de la población según las encuestas y el gráfico presentado indica que estarían de acuerdo para el desarrollo turístico de la misma en lo que respecta a prestación de servicios, un 28% lo haría con emprendimientos y en su mayoría con un resultado de 46% lo realizarían prestando sus servicios.

Interpretación:

La gran mayoría de personas de la comunidad estarían dispuestas al desarrollo de la parroquia con prestación de sus servicios, ya que esto les ayudaría a mantener sus hogares y la estabilidad económica de los mismo, la otra parte lo haría con emprendimientos, pero a la vez lo hicieran con apoyo de las autoridades y del gobierno, y la última parte lo hicieran mediante promoción es decir que se encargaran de realizar turismo interno y mediante redes sociales.

4.2. Verificación de la Hipótesis

4.2.1. Planteamiento de la Hipótesis

HO: Los atractivos turísticos NO aportan en el desarrollo turístico de la parroquia Río Negro cantón Baños de Agua Santa

HI: Los atractivos turísticos SI aportan en el desarrollo turístico de la parroquia Río Negro cantón Baños de Agua Santa

4.2.1.2. Modelo Estadístico

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

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

4.2.1.3. Selección de Nivel de significación

Se utilizará el nivel $\alpha=0.05$

4.2.1.4. Descripción de la población

Se extrajo una muestra de 98 a la población que pertenecen a la parroquia de Río Negro del cantón Baños de Agua Santa, a quienes se aplicó encuestas sobre el desarrollo turístico en la parroquia

Especificación del estadístico

De acuerdo a la tabla de contingencia 5×2 se utilizará la fórmula

4.2.1.5. Especificaciones de las regiones de aceptación y rechazo

Para decidir sobre estas regiones primero se determina los grados de libertad conociendo que el cuadro está formado por 4 filas y 5 columnas.

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

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

$$gl = 3 \times 1$$

$$gl = 3$$

DONDE:

gl= Grados de libertad

r=número de filas k=número de columnas

Chi Cuadrado Tabular

Por lo tanto, con 3 grados de libertad y un nivel de significancia de 0,05

Tenemos un chi cuadrado tabular de $\chi^2 = 7.81$

4.2.1.6. Chi Cuadrado Calculado

Tabla 13 Frecuencias Observadas

FRECUENCIA OBSERVADA	ALTERNATIVAS		
	SI	NO	TOTAL
PREGUNTAS			
5. Cree usted que hay facilidades turísticas y accesos adecuados a los atractivos naturales de la parroquia Río Negro. ?	51	47	98
3. ¿Los accesos a los recursos naturales de la parroquia de Río Negro necesitan adecuaciones.....?	83	15	98
6. ¿Cree usted que la actividad turística de la parroquia Río Negro otorga empleos a los moradores de la misma....?	88	10	98
8. Le gustaría que la parroquia Río Negro fuera promocionada?	98		98
TOTAL	320	72	392

Elaborado por: URQUIZO, Belen

Tabla 14 Frecuencias Esperada

FRECUENCIA ESPERADA	ALTERNATIVAS		
	SI	NO	TOTAL
PREGUNTAS			
5. Cree usted que hay facilidades turísticas y accesos adecuados a los atractivos naturales de la parroquia Río Negro. ?	80	18	98
3. ¿Los accesos a los recursos naturales de la parroquia de Río Negro necesitan adecuaciones.....?	80	18	98
6. ¿Cree usted que la actividad turística de la parroquia Río Negro otorga empleos a los moradores de la misma....?	80	18	98
8. Le gustaría que la parroquia Río Negro fuera promocionada?	80	18	98
TOTAL	320	72	392

Elaborado por: URQUIZO, Belen

Calculo de *Chi*²

Tabla 15 Calculo del CHI CUADRADO

<i>FO</i>	<i>FE</i>	<i>FO-FE</i>	<i>(FO-FE)2</i>	<i>(FO-FE)2/FE</i>
51	80	-29	841	10,5125
83	80	3	9	0,1125
88	80	8	64	0,8
98	80	18	324	4,05
47	18	29	841	46,7222222
15	18	-3	9	0,5
10	18	-8	64	3,55555556
0	18	-18	324	18
TOTAL CHI CUADRADO				84,253

Elaborado por: URQUIZO,Belen

Campana de Gauss

Gráfico 16. Campana de Gaus

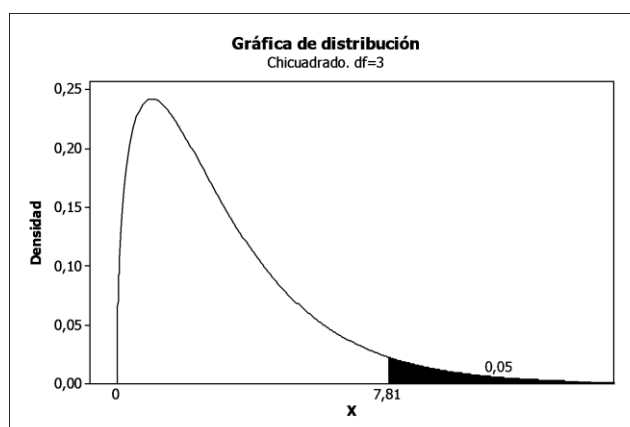


Gráfico: Frecuencia Esperada

Elaborado por: URQUIZO,Belen

4.2.1.7. Decisión

Con un nivel de significancia $\alpha= 0,05$ y con 3 grados de libertad, de acuerdo con la regla de decisión, puesto que el valor de chi cuadrado tabulado es de $(x_t^2 7.81$ y calculado nos da como resultado $(^2= 84.25)$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que dice: “Los atractivos turísticos SI aportan en el desarrollo turístico de la parroquia Río Negro cantón Baños de Agua Santa”

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Los atractivos turísticos que tiene la parroquia son hermosos, más sin embargo los mismos pobladores de la zona los desconocían esto ocasionaba que al momento de realizar las encuestas no se tenía información clara de que atractivos posee la parroquia.
- El desconocimiento de la actividad turística y su beneficio en la economía de la parroquia ocasiona que ciertos sitios estén deteriorados y olvidados y a que a la vez no sean desarrollados.
- Los servicios que ofrecen los moradores de la parroquia son manejados de cierta manera empíricamente, esto provoca que no se potencialicen atractivos de interés en la zona.
- La escasa promoción de los atractivos en la parroquia ocasiona que la misma no sea frecuentada, o que la demanda de turistas a la zona sea poco apreciada o de interés para visitantes que necesitan conocer del lugar para poder visitarlo.

5.2. RECOMENDACIONES

- Realizar un inventario de los atractivos que posee la parroquia Río Negro para que de esta manera se pueda seleccionar los de mayor interés para crear nuevos productos para satisfacer las necesidades y expectativas que tienen los visitantes.
- Proponer una ruta turística con la finalidad de estudiar todos los puntos estratégicos y su potencial para que de esta manera se cree targets y segmentación de mercado objetivo, que sirva significativamente al desarrollo turístico de sus habitantes.
- Crear circuitos turísticos en la parroquia, para incentivar el desarrollo económico y turístico y que de esa manera se potencialice el turismo como factor de crecimiento económico
- Promocionar los atractivos naturales y turísticos de la parroquia mediante la ruta turística e incentivar a la población que la difundan por redes sociales, página web, medios de comunicación, etc.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA

6.1. Tema

Diseño de una ruta turística alternativa, implementando coordenadas geográficas dentro de la parroquia de Río Negro.

6.1.1. Datos informativos

Institución: GAD Parroquial De Río Negro

Parroquia: Río Negro

Cantón: Baños de Agua Santa

Provincia: Tungurahua

Número de habitantes: 1250

Temperatura: la temperatura ambiente promedio anual es de 21 grados centígrados.

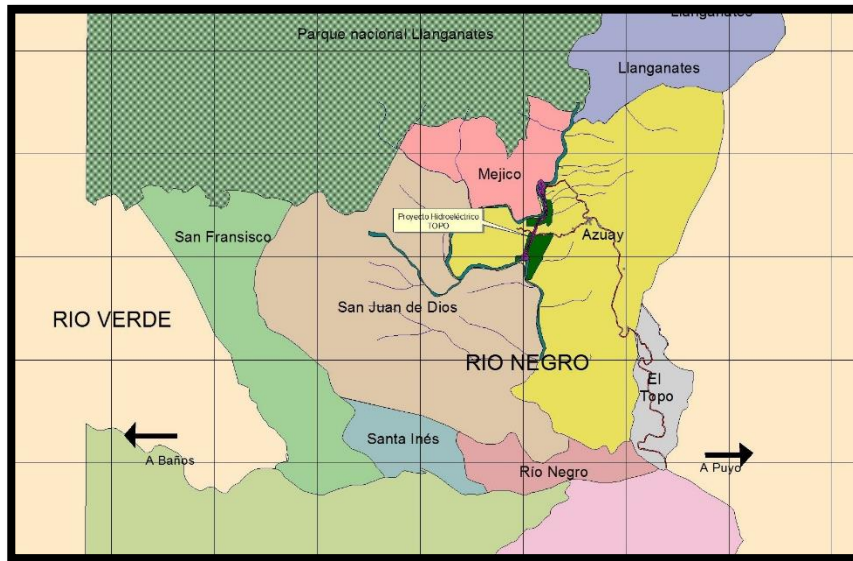
Altitud: 3280 m.s.n.m.

Límites:

- Norte: Cantón Baños.
- Sur: Puyo
- Este: Cantones Shell y Puyo

Ubicación:

Gráfico 17 mapa de Rio negro



Elaborado por: Urquiza Belén

Fuente: google (2017)

Servicios:

La parroquia Río Negro cuenta con los siguientes servicios:

- Hotel
- Pesca Deportiva
- Restaurantes
- Atractivos Naturales
- Viveros y venta de frutas de la zona

6.1.2. Antecedentes

La investigación se la realizó en la parroquia Río Negro porque tiene potencial turístico e innumerables atracciones como son cascadas, ríos, balnearios, paraderos, pescas deportivas los cuales permiten a las personas que la visitan enamorarse de la zona.

Es de gran importancia motivar al turista como a los propios moradores de la parroquia Río Negro, para que conozcan más del potencial turístico que tiene el lugar, considerando que por medio del diseño de una ruta turística tendrán más accesibilidad a estos sitios y se los conocerán mejor, resaltando aspectos importantes que se destaca los cuales serían los atractivos naturales, actividades de recreación, su belleza paisajística y deportes de aventura.

Con la creación de una ruta turística es necesaria la implementación de circuitos a cada uno de los sitios de interés, para que los visitantes se sientan seguros de recorrer la ruta,

porque es una herramienta importante que beneficiara y mejorara la accesibilidad de los visitantes a cada una de las áreas.

Con la investigación realizada en la parroquia Río Negro se obtuvo conclusiones y recomendaciones, las cuales sirvieron para aprovechar al máximo los diferentes atractivos que tiene la parroquia, dando a conocer lugares que aún no son conocidos e incentivar el desarrollo económico de los pobladores. De esta manera se creó circuitos con paradas estratégicas que abarcan todas las necesidades de un producto turístico.

6.2. Justificación

La elaboración de la propuesta se basa fundamentalmente en contribuir en el desarrollo turístico de la parroquia Río Negro perteneciente al canto Baños de la provincia de Tungurahua gracias a que sus atractivos naturales, paisajísticos se encuentran en buenas condiciones. Es importante señalar que las personas desean conocer nuevos lugares turísticos los mismos que la parroquia tiene, pero aún falta potenciarlos de mejor manera.

El impacto que generaría la ruta sería positivo puesto que la parroquia tendría para ofrecer a sus visitantes no una sino tres circuitos los cuales permitirán que las demandas de los servicios sean de calidad y cumpliendo con las expectativas del turista con respecto a dicha actividad.

Se pretende formar una herramienta importante para el turismo de la parroquia con la creación de esta ruta, fortaleciendo la promoción de los atractivos, logrando así que la actividad turística sea considerada como un dinamismo importante para el mejoramiento de las condiciones de vida de sus habitantes promoviendo su participación. Esto ayudando a que la población sea la principal beneficiaria puesto que generaría ingresos económicos, y su calidad de vida mejorará.

6.3. Objetivos

6.3.1. Objetivo general

Diseñar una ruta con atractivos turísticos, implementando circuitos dentro de la parroquia Río Negro, cantón Baños de Agua Santa provincia de Tungurahua

6.3.2. Objetivos específicos

- Analizar los atractivos turísticos relevantes de la parroquia Río Negro
- Elaborar un inventario turístico de los atractivos turísticos que posee la parroquia.
- Crear la ruta turística para su respectiva difusión.

6.4. Análisis de factibilidad

6.4.1. Factibilidad Operativa

Es factible porque se cuenta con el apoyo de autoridades de la parroquia y la CONAGOPARE los cuales están dispuestos a apoyar el proyecto de investigación.

6.4.2. Factibilidad Económica

Para analizar la factibilidad económica se utilizará una matriz basada en indicadores económicos con su respectiva ponderación con una escala que va del 1 al 4. En la cual va desde el puntaje menor a mayor.

Factibilidad Económica

Tabla 16 Factibilidad Económica

Indicador	Escala			
	1	2	3	4
1. Aporte del GAD Parroquial			X	
2. Aporte de empresas Privadas		X		
3. Factibilidad del proyecto en su ejecución			X	
APROVACION DEL PROYECTO			X	

Elaborado por: María Belén Urquiza (2017)

Establecidos los indicadores y su ponderación en la de 1 al 4, se concluye que el proyecto es económicamente factible.

6.5. Fundamentación legal

LEY DE TURISMO

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

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

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país, y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

CAPÍTULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetaran a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos. (Turismo, www.turismo.gob.ec, 2002)

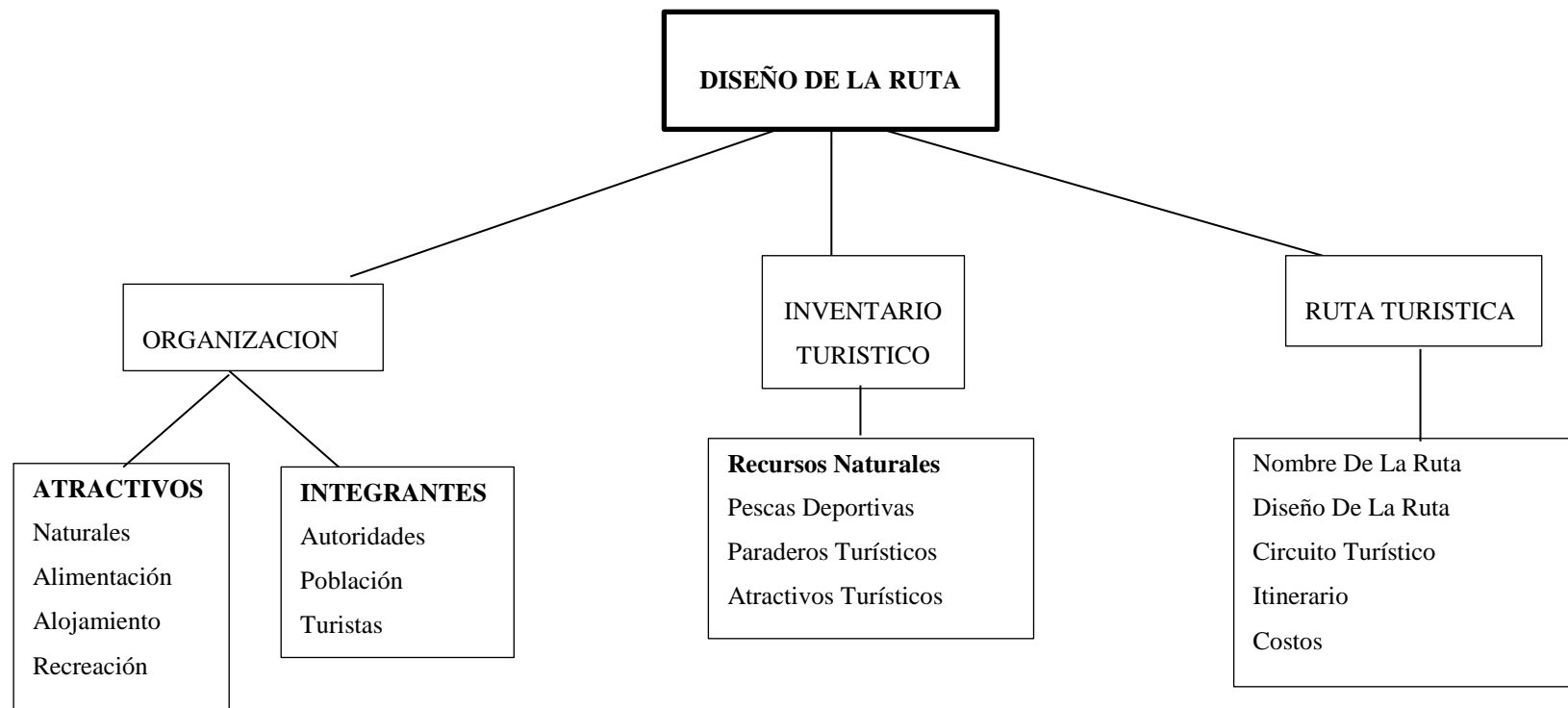
LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL

TÍTULO I

ÁMBITO Y PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN AMBIENTAL

Art. 6.- El aprovechamiento racional de los recursos naturales no renovables en función de los intereses nacionales dentro del patrimonio de áreas naturales protegidas del Estado y en ecosistemas frágiles, tendrán lugar por excepción previo un estudio de factibilidad económica y de evaluación de impactos ambientales. (Ambiental G., 2004)

6.5.1. Aplicación de la Metodología



Autora: Belén Urquizo
Fuente: La Investigación

Introducción

La ruta turística que se propone en la investigación, abarca una vía de comunicación que ha sido designada como tal por sus atractivos naturales o de interés para su pobladores, la misma que contará con el inventario de lo que posee la parroquia, circuitos que servirán para incrementar el número de visitantes a la zona y de su respectiva promoción en diversos medios como redes sociales, pagina web.

Se presenta la ruta turística para la parroquia de Río Negro con la finalidad de indicar a los pobladores la capacidad de atracción que esta posee resaltando de esta manera sus atractivos turísticos estableciendo parámetros técnicos como son su capacidad de carga, a que segmento de mercado pertenece y que tipo de actividades se puede realizar en la misma señalando puntos estratégicos, vías de acceso a los mismos de acuerdo al recorrido que se señaló para visitantes y turistas.

Se resalta la importancia de los sitios turísticos en la ruta como son cascadas, ríos, paraderos, pescas deportivas porque se aprovecharán mejor estos lugares para engrandecer y mejorar el desarrollo de sus habitantes.

Definición de la ruta

La ruta de “NATURALEZA, ENCANTO Y DIVERSIÓN “Se creó la ruta con dicho nombre debido a que NATURALEZA por su ubicación geográfica es adecuada para disfrutar de paisajes increíbles y de sitios que han sido creados por la misma como cascadas, ríos, balnearios, ENCANTO porque el simple hecho de visitarla encanta con su belleza paisajística, acogedora por su gente amable y generosa y DIVERSION el hecho de poder compartir con la familia en cada una de sus atracciones permite que esta sean el plus que la parroquia ofrece.

6.5.1.1. Características de la ruta

- Realizar actividades turísticas como; caminatas, senderismo, avistamiento de aves, paseos a caballo, etc.
- Tiene un itinerario programado para su cumplimiento el que será especificado a continuación mediante parámetros y especificaciones de tiempo, hora, espacio.
- Las vías de acceso de las mismas pueden ser en vehículo propio, servicios de camioneta, a caballo, buseta, o chiva turística.
- Incorpora servicios de alojamiento, alimentación, recreación,
- El origen de la ruta es interactuar con atractivos turísticos y naturales de la parroquia como son cascadas, ríos, paraderos, pescas deportivas, senderos, etc.
- Tiene carácter nacional, local e internacional.

6.5.1.2. Elementos que caracterizan la ruta turística

- ✓ Los atractivos turísticos de la parroquia Río Negro del cantón Baños de Agua Santa de la provincia de Tungurahua.
- ✓ La parroquia tiene un clima promedio de 21 grados, todo su territorio es netamente amazónico
- ✓ Los atractivos más representativos de la parroquia son las pescas deportivas, paraderos, recursos naturales, paisajes turísticos, parques nacionales.
- ✓ Se llama ruta de naturaleza, encanto y diversión
- ✓ El acceso a la parroquia es vía terrestre
- ✓ Se puede visitar y conocer balnearios, cascadas, ríos, paraderos, pescas deportivas, senderos ecológicos.
- ✓ El tiempo del recorrido será aproximadamente de 5 horas
- ✓ El horario de la ruta empieza de 8:00 am y terminara aproximadamente 16:00
- ✓ La ruta tiene un principio y fin
- ✓ Se la promociona a través de medios de comunicación, redes sociales

6.5.1.3. Finalidad de la ruta turística

Resaltar los atractivos turísticos-naturales como son las cascadas, balnearios, ríos, lagunas, parques nacionales, paisajes turísticos, paraderos, pescas deportivas de la parroquia Río Negro para potencializarlos de manera correcta.

Fomentar el diálogo entre visitantes y propietarios, de pequeños locales turísticos que promuevan nuevos tipos de cooperaciones y que permitan conocer mejor los patrimonios de los territorios y contribuyen al desarrollo humano y económico

Tiene la finalidad de incrementar el número de visitantes a la parroquia y de esta manera buscar del desarrollo turístico el cual permita que los pobladores tengan plazas de trabajo

6.5.1.4. Inventario de Atractivos

No.	Nombre	Propietario	Actividad	Dirección	Cientes/sem anales	Cientes mensuales
1	La Comida Rica	Vicente Lara	Pesca Deportiva, Restaurante	Las Estancias	200	800
2	La Molienda	Francisco Ocaña	Pesca Deportiva, Restaurante	Las Estancias	20	80
3	Piscícola Galarza Nnos	Bolívar Galarza	Criaderos de truchas, pesca deportiva, restaurante, senderos	Las Estancias	500	2000
4	Hostería El Encanto	Andalucía Solís	Hospedaje, alimentación, piscinas	Las Estancias	S/D	100
5	Vrindavan		Hospedaje, alimentación, senderos, yoga	Las Estancias	S/D	400
6	Paradero Jenecita	Arnaldo Altamirano	Crianza de truchas, pesca deportiva, restaurante, senderos, cascadas	Las Estancias	200	800
7	Papa Teo	Jossue Campos	Restaurante, senderos, crianza de truchas, pesca deportiva, balneario, juegos infantiles, canchas	Las Estancias	200	800
8	La Paila	Willo Aro	Restaurante, crianza de truchas, pesca deportiva	Las Estancias	20	80
9	Hostería S/N	Dr. Ramírez	Canoa, botes, pesca deportiva, hospedaje	Las Estancias	20	80
10	Hostería River view	S/D	Hospedaje, alimentación, sauna, masajes	Las Estancias	30	120
11	SPA Gamboa	Jorge Gamboa	SPA, hospedaje	Las Estancias	30	120
12	Paradero SPA El Profe	S/D	S/D	Río Negro	S/D	S/D
13	Hospedaje Sonia Tapia	Sonia Tapia	Hospedaje	Río Negro	S/D	S/D
14	Finca Mama Toya	S/D	Hospedaje	Las Estancias	S/D	S/D
15	Cabañas Brisas del Pastaza	Edgar Zabala	Hospedaje	Río Negro	S/D	S/D
	Subtotal				1220	5380
16	Rest. Pesca Deportiva Arco	S/D	Alimentación	Cashaurco	S/D	S/D

No.	Nombre	Propietario	Actividad	Dirección	Cientes/se mensuales	Cientes mensuales
	Iris					
17	Restaurante Pico Lino	S/D	Alimentación	Centro	S/D	S/D
18	Comedor Mayrita	Romel Daniel López Duran	Alimentación	Centro	S/D	S/D
19	Comedor Dorito	Tipan Silva María Julia	Alimentación	Centro	S/D	S/D
20	Fritadería Mario Pozo	Fritadería 01 Mario Pozo	Alimentación	San Francisco	S/D	S/D
21	Fritadería Blanca Aguirre	Blanca Aguirre	Alimentación	San Francisco	S/D	S/D
22	Fritadería Alicia Rosales	Alicia Rosales	Alimentación	San Francisco	S/D	S/D
23	Paradero Turístico El Paraíso	S/I	Alimentación	Las Estancias	S/D	S/D
24	Paradero Mami Ofelia		Alimentación	Las Estancias	S/D	S/D
25	Rest. El Rinconcito de Steven	Patricio Zambrano	Alimentación	Río Negro	S/D	S/D
26	Restaurante El Encanto	Luis Muñoz	Alimentación	Río Negro	S/D	S/D
27	Restaurante Elenita	Elizabeth Barriga	Alimentación	Río Negro	S/D	S/D
28	Restaurante Rojo Pimiento	Andrea Olmedo	Alimentación	Río Negro	S/D	S/D
29	Restaurante El Veci	Mayra Morales	Alimentación	Río Negro	S/D	S/D
30	Rest Delicias de Conchita	Rosa Lara	Alimentación	Río Negro	S/D	S/D
31	Comedor Carmita	Gonzalo Azuay	Alimentación	Río Negro	S/D	S/D
32	Encebollados LIZ	Luis Medina	Alimentación	Río Negro	S/D	S/D
33	Restaurante Mama Victoria	QIA	Alimentación	Cashaurco	S/D	S/D
34	Restaurante La Victoria	Rosa Judith Silva Coronel	Alimentación	Río Negro	S/D	S/D
35	Heladería -Cafetería Río Negro	Lucila Mariño	S/D	Río Negro	S/D	S/D
36	Grupo de guías nativos	12 personas	Guianza	Centro	S/D	S/D
37	Sun Dance	Lida Pozo	Entretención	Centro	S/D	S/D
	Transporte					
38	Coop. Camiones San	S/D	Transporte	San Francisco	S/D	S/D

Elaborado por: GAD de Río Negro

Fuente la investigación

6.5.1.5. Inventarios de flora y fauna

Flora

La flora de la parroquia se representa por especies propias de los páramos ecuatorianos, en los siguientes cuadros se resume las principales especies:

Tabla 17 FLORA

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	USO
Matico	PiperMacerispicuni	Medicinal
Naranjilla	Solanum	Alimenticia
Chirimoya	Rollinia Dotichupetat	Alimenticia
Guabilla	Inga Sapindoides	Combustibles
Lecherillo	SapiumGlandulosum	Combustible
Porotillo	Sennabacillaris	Combustible
Pelo De Choclo	Alchornea Glandulosa	Construcción
Guarango	PiptadoniaPtecoclada	Construccion
Chicle	Eleagia Mrige	Construccion
Palma	Wettinia Anomada	Construccion
Motilón	HironymaMacrocaipia	Maderable
Canelo	Ocotea Cenua	Maderable
Canelo	Ocotea Cenua	Maderable
Pique	PitocomaDiscolor	Ornamental
Guabilla	Inga Sp	Combustible
Guabilla	Inga Oerstedina	Comestible

Elaborado Por María Belén Urquizo

Fuente la investigación

Fauna

La fauna de la parroquia representa por especies propias del bosque tropical-húmedo en los siguientes cuadros se resume las principales especies:

Tabla 18 Fauna

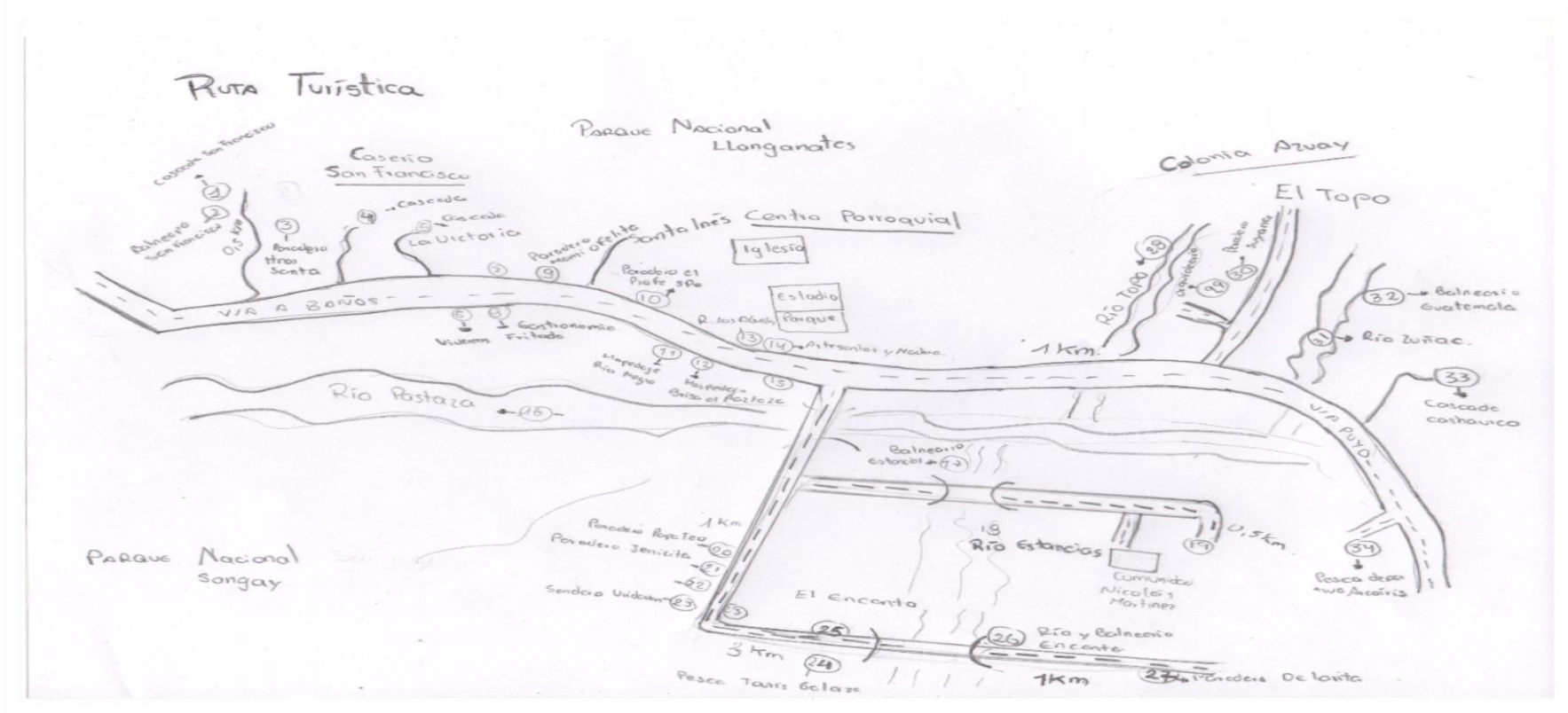
NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Conejo silvestre	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	Leporidae
Gallo de la peña	R. peruviana	Contigidae
Culebra	Atractu sp	Colubridae
Sapo	Marina	Rhinella
Raposa	<i>Didelphis altebricola</i>	Didelphimorphia
Ratón de páramo	<i>Thomasomys rhoadsi</i>	Cricetidae
Cusumbo	Flavus	Procionidae
Guatusa	Dasproctidae	Fulingunosa
Murciélago	Perspkillata	Phyllostomidae

Elaborado Por María Belén Urquizo

Fuente la investigación

6.6. Diseño de la ruta turística

Gráfico 18 Diseño de la Ruta Turística

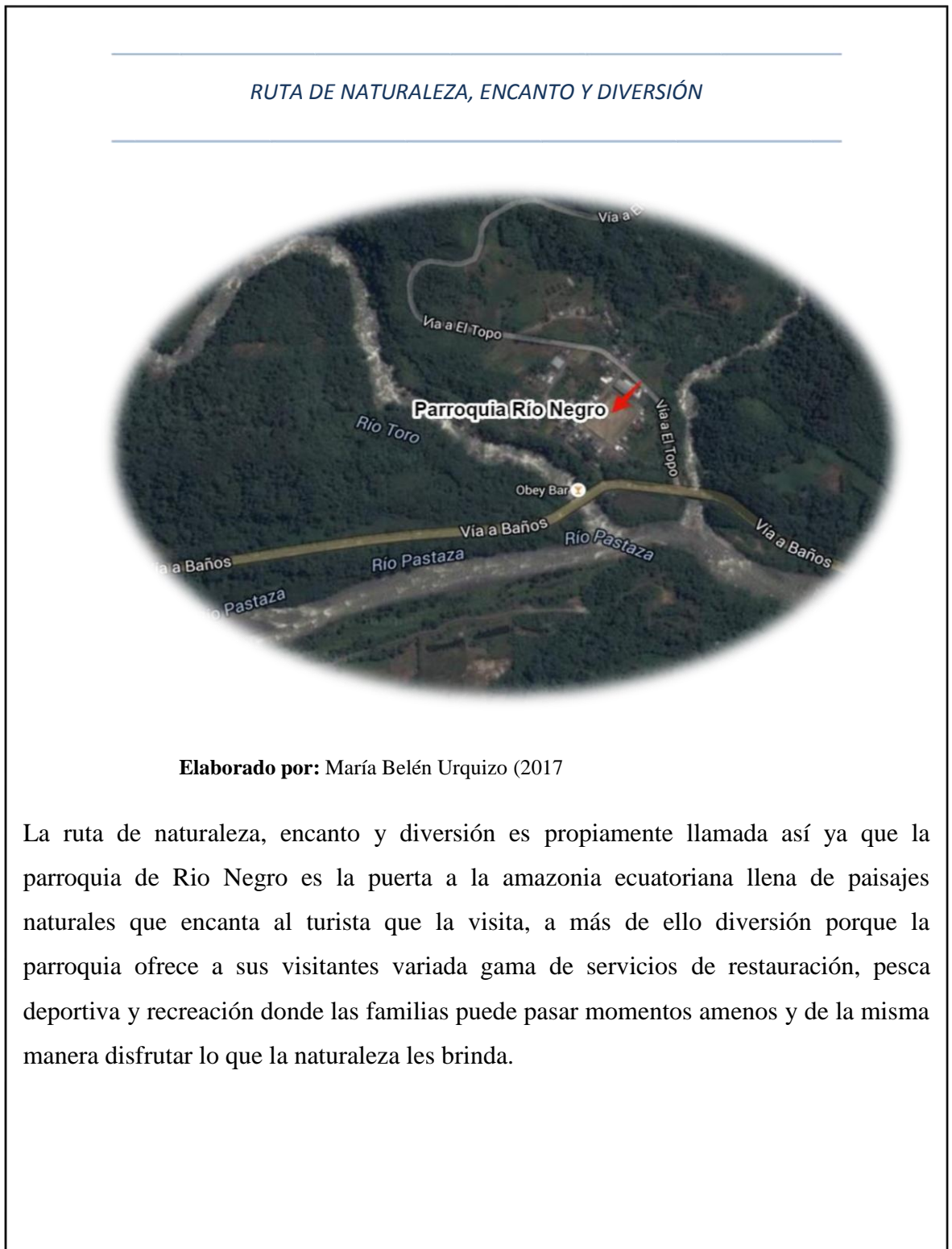


Elaborado por: María Belén Urquiza

Fuente: La Investigación

6.6.1. Nombre de la ruta:

Gráfico 19. Nombre De La Ruta Turística



6.6.3. LA RUTA TURISTICA

Es un el diseño de un boceto o dibujo que da a conocer la forma del lugar, siendo más fácil su interpretación.


Gráfico 20.Ruta Turística



6.6.3.1. Identificación De La Ruta

Se detallará la ruta por caseríos que tiene la parroquia de rio Negro en atractivos naturales y atractivos turísticos de las mismas.

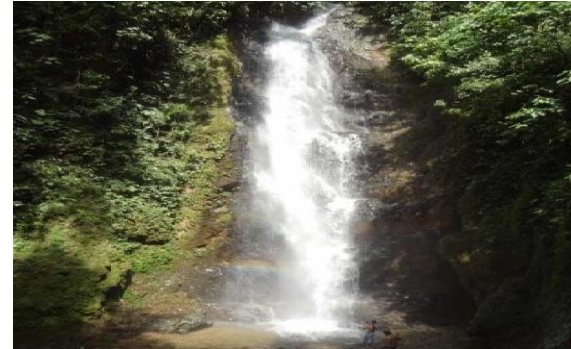
Tabla 19 Atractivos naturales de San Francisco

Atractivos Naturales Del Caserío San Francisco	Ubicación	Descripción	Foto
Balneario San Francisco	Provincia: Tungurahua Cantón: Baños Coordenadas Geográficas en WGS84: Partiendo del cantón Baños a 25 km vía al puyo.	El balneario san francisco es visitado por sus pobladores para pasar momentos amenos en familia y tiene Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones.	

Cascada de san
francisco

Provincia: Tungurahua
Cantón: Baños
Coordenadas
Partiendo del cantón
baños a 25 km vía al
puyo.

La cascada de san
francisco lleva su
nombre gracias
Se puede acceder a este
atractivo en transporte
urbano, interprovincial,
bicicletas, motos
cuadrones y a la
cascada únicamente
caminando.



Rio la floresta



Provincia: Tungurahua
Cantón: Baños
Coordenadas
Partiendo del cantón
baños a 25 km vía al
puyo.

El rio se encuentra
ubicado a 2 km de San
Francisco en un desvío
a mano izquierda a 15
minutos
Se puede acceder a este
atractivo en transporte
urbano, interprovincial,
bicicletas, motos
cuadrones, busetas.



Tabla 20 atractivos turísticos de san francisco

Atractivos turísticos del Caserío San Francisco

Atractivos turísticos del Caserío San Francisco	Ubicación	Descripción	Foto
Paradero hermanos Santa	Provincia: Tungurahua Cantón: baños Tomar la vía al puyo pasando el puente de san francisco girar a mano izquierda a 5 min	Los propietarios son los hermanos Santa María quienes ofrecen varios servicios como platos a la carta, caldo de gallina, y además servicios de canopy y y canchas deportivas Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones	
Paradero y hospedaje mama Ofelita	Provincia: Tungurahua Cantón: baños Partiendo del cantón baños a 25 km vía al puyo.	Les ofrece a sus clientes la experiencia de pescar y deleitarse de deliciosas tilapias, además de ello brinda servicio de hospedaje y guianza turística Se puede acceder a este atractivo en transporte	

urbano, interprovincial,
bicicletas, motos
cuadrones

Viveros

Provincia: Tungurahua
Cantón: Baños
Coordenadas
Geográficas en
WGS84:
Partiendo del cantón
Baños vía al puyo
existen más 4 viveros
que pueden ser
visitados

Se comercializa plantas
ornamentales frutales, y
venta de todo tipo de
orquídeas al público.
Se puede acceder a este
atractivo en transporte
urbano, interprovincial,
bicicletas, motos
cuadrones



Restaurant de Comida típica “Fritada”



Provincia: Tungurahua
Cantón: baños
Coordenadas
Geográficas en
WGS84:
Partiendo del cantón
baños via al puyo en el
centro de san francisco

Se puede disfrutar de
esta gastronomía
ecuatoriana en dos
lugares del caserío
donde el servicio y la
amabilidad es
característica de la gente
de la zona
Se puede acceder a este
atractivo en transporte



urbano, interprovincial,
bicicletas, motos
cuadrones.

Tabla 21 atractivos naturales de Rio Negro

Atractivos naturales de la parroquia Río Negro	Ubicación	Descripción	Foto
Río Pastaza	Provincia: Tungurahua Cantón: baños El rio Pastaza se lo puede disfrutar desde la entrada baños y termina n la provincia del mismo nombre	El rio Pastaza se forman por los ríos Patate y chambo el cual tiene muchas funciones se realizó un hidroeléctrico potencial del país, y a más de ello en la parroquia sirve para la práctica del rafting unas de las actividades de más adrenalina en el cantón baños. Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones	
Balneario las estancias	Provincia: Tungurahua Cantón: Baños Coordenadas Geográficas en WGS84: Tomando la via al puyo en el kilómetro 63km caserío Nicolás	Este lugar está integrado por pozas naturales las mismas que contienen aguas cristalinas que provienen del Río Las Estancias, en el transcurso del camino podemos encontrar un puente colgante que está a 100	

Martínez

metros más abajo del puente carrózale.

Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones

Balneario del Rio encanto

Provincia: Tungurahua
Cantón: baños
Coordenadas Geográficas en WGS84:
Tomando la vía puyo a 35 min de rio negro, por el caserío Nicolás Martínez a 1km se lo puede disfrutar

Este balneario es visitado en mayor parte por sus moradores quienes pueden disfrutar momentos en familia y disfrutar de las bondades de la naturaleza

Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones



Sendero del rio encanto


Se encuentra ubicado a 5 km del centro parroquial tomando el desvío a la mano izquierda.

Se debe caminar alrededor de dos horas a través de un bosque seco-húmedo donde se puede ver todo tipo de plantas nativas de la zona y al final del recorrido el rio del mismo nombre

Se puede acceder a este atractivo en bicicletas, motos, cuadrones, caballos y caminando.



Tabla 22 Atractivos Turísticos de Río Negro

Atractivos turísticos de la parroquia Río Negro	Ubicación	Descripción	Foto
Paradero el profe spa	Centro de la parroquia a 35 min del cantón Baños de Agua Santa por la via principal	<p>El paradero spa tiene 4 años de creación y su nombre es debido a que sus propietarios son profesores en el cantón Baños, ofrece servicios múltiples, como platos a la carta, uso de piscinas y zonas húmedas y de relajación y una sala de recepció</p> <p>Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadronesSe puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones</p>	

Paradero las estancias

El paradero las estancias están en el centro parroquial justo al frente al balneario del mismo nombre

Su propietario el profesor marco López lo atiende desde hace 4 años con servicios de platos a la carta.

Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones



Paradero de Diego

Desde el centro de baños se debe tomar la vía al puyo, llegando al centro parroquial tomando a mano izquierda hasta llegar al desvío sector las estancias , e debe tomar a mano derecha hasta llegar al caserío Nicolás Martínez junto a las pozas del mismo nombre

Ofrece platos a la carta y la especialidad de la casa truchas a la y plancha al vapor

Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones



Paradero mi Pequeño Paraíso

Desde el centro de baños se debe tomar la vía al puyo, llegando al centro parroquial tomando a mano izquierda hasta A 200 metros via la Floresta

Ofrece platos a la carta y la especialidad de la casa truchas a la y plancha al vapor

Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrone



Pesca deportiva

Touris Galarza

Desde el centro de baños se debe tomar la vía al puyo, llegando al centro parroquial tomando a mano izquierda hasta llegar al desvió sector las estancias, continuar derecho a 2.5 km

Ofrece platos a la carta y la especialidad de la casa truchas a la y plancha al vapor además de eso ofrece que las familias pasen momentos de diversión con la propia pesca de truchas

Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrone



Pesca deportiva

Papa Teo

Desde el centro de baños se debe tomar la vía al puyo, llegando al centro parroquial tomando a mano izquierda hasta llegar al desvío sector las estancias, continuar derecho a 2 km

Ofrece platos a la carta y la especialidad de la casa truchas a la y plancha al vapor además de eso ofrece que las familias pasen momentos de diversión con la propia pesca de truchas y disfrutar de majestuosas áreas verdes.

Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones



Pesca deportiva

Jenicita

Desde el centro de baños se debe tomar la vía al puyo, llegando al centro parroquial tomando a mano izquierda hasta llegar al desvío sector las estancias, continuar derecho a 2,3 km

Ofrece platos a la carta y la especialidad de la casa truchas a la y plancha al vapor además de eso ofrece que las familias pasen momentos de diversión con la propia pesca de truchas y disfrutar de majestuosas áreas verdes. Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones



La comida rica
de don Larita

Desde el centro de baños se debe tomar la vía al puyo, llegando al centro parroquial tomando a mano izquierda hasta llegar al desvío sector las estancias, continuar derecho a 5 km

Ofrece platos a la carta y la especialidad de la casa truchas a la y plancha al vapor además de eso ofrece que las familias pasen momentos de diversión con la propia pesca de truchas.



Restaurante
Los Abuelos

Desde la vía baños-puyo hasta llegar al centro parroquial

Se disfruta de una excelente gama de comidas típicas y la especialidad gastronómica que es la trucha.

Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones



Muebles rústicos raíces de río negro

Artesanías en bambú y muebles José García

Centro parroquial por la vía principal

Su propietario el señor xyz ofrece a los turistas su exhibición de muebles fabricados en bambú y muebles rústicos

Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones



Vrindaval
Jardines Ecológicos

Desde el centro de baños se debe tomar la vía al puyo, llegando al centro parroquial tomando a mano izquierda hasta llegar al desvío sector las estancias, continuar derecho a 5 km

Una zona confortable llena de gente amable quienes con su guianza llena de grandes experiencias a sus visitantes y permiten sentir a la naturaleza.

Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones



Parilla bar

Terranova

Desde el centro de baños se debe tomar la vía al puyo, a 3 minutos de san francisco a mano izquierda guíese por su rotulo

Les ofrece a sus clientes la experiencia de pescar y deleitarse de deliciosas tilapias, además de ello brinda servicio de hospedaje guianza turística y a avistamiento a la cascada.

Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones



Hospedaje
Brisas del Pastaza

Desde el centro de baños tomando la vía al puyo, se encuentra ubicado en el centro parroquial

Ofrece servicios de hospedaje con excelente vista al rio Pastaza, sus instalaciones son muy cómodas y confortables

Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones



<p>Hospedaje Rio Negro</p>	<p>Desde el centro de baños tomando la via al puyo, se encuentra ubicado en el centro parroquial</p>	<p>Ofrece servicios de hospedaje económicos con ambiente agradable y servicio de hospedaje</p> <p>Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones</p>
--------------------------------	--	--



Tabla 23 Atractivos Naturales del Topo
Atractivos naturales del Topo

Ubicación

Descripción

Foto

Río topo

Desde el centro de baños tomando la vía al puyo, a 2 km del centro parroquial de Río Negro

En este río está creada una hidroeléctrica por su caudal es abundante y llega al río Pastaza.

Se puede acceder a este atractivo en, interprovincial, bicicletas, motos cuádrines



Río Zuñac

Desde el centro de baños tomando la vía al puyo, a 2 km del centro parroquial de Río Negro tomando a mano izquierda a ½ km

Sus pozas están constituidas por las aguas del río Zuñac, cuenta con una vegetación natural propia de la zona.

Se puede acceder a este atractivo en, interprovincial, bicicletas, motos cuádrines



Cascada
Cashaurco

Desde el centro de baños tomando la vía al puyo, a 2 km del centro parroquial de Rio Negro a ½ continuando la y girar a mano izquierda

Esta cascada es una de las más caudalosas del cantón donde se realiza el deporte de cayoning.

Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones



Balneario
la Guatemala



Desde el centro de baños tomando la vía al puyo, a 2 km del centro parroquial de Rio Negro tomando a mano izquierda a ½ km

Sus pozas están constituidas por las aguas del río Zúñag, cuenta con una vegetación natural propia de la zona.

Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones



Tabla 24 Atractivos Turísticos del Topo

Atractivos turísticos del Topo	Ubicación	Descripción	Foto
Paradero Suyana	Vía al topo, girara a mano izquierda a 2 km	<p>Ofrece el servicio de comidas típicas en lo que se refiere a truchas y platos a la carta</p> <p>Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones</p>	
Paradero Arcoíris	Llegando a la parroquia rio negro se toma la vía principal a 3 km del centro parroquial virar a la derecha	<p>Ofrece platos a la carta y la especialidad de la casa trucha al vapor o asada.</p> <p>Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones</p>	

Orquidearío

El Topo

Vía al topo, girara a mano izquierda a 2 km

Ofrece una amalgama de orquídeas que existen en la zona y sus alrededores, el costo de la entrada es de 1 dólar por persona

Se puede acceder a este atractivo en transporte urbano, interprovincial, bicicletas, motos cuadrones



Tabla 25 modelo Operativo De La Propuesta

	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	PRESUPUESTO	RESPONSABLES	TIEMPO
INVENTARIO	Analizar los atractivos turísticos relevantes de parroquia Rio Negro	-Visitar los lugares turísticos de la parroquia Río Negro que aún no son muy conocidos.	Recursos Humanos Económicos	\$40	María Belén Urquizo	1 mes
DEFINIR	Elaborar un inventario turístico de los atractivos que posee parroquia y a la vez realizar ruta turística.	-Definir el recorrido. -Elaborar la ruta, puntualizando los atractivos.	Recursos Humanos Económicos Materiales	\$150	María Belén Urquizo	2 meses
DISEÑAR	Diseñar un croquis potencializando los recursos turísticos de la parroquia Negro, que mejore el acceso de los visitantes promocionando los recursos del lugar.	-Diseño del croquis	Recursos Humanos Económicos	\$300	María Belén Urquizo	6 meses

6.7. Desarrollo del circuito turístico

FASE 1: Estructuración del circuito

1. Una vez detallado los atractivos que tiene la parroquia se procede a detallar el circuito su principio y su fin.
2. Se toman en cuenta tantos atractivos naturales y de interés de la parroquia
3. La parroquia cuenta con servicios de alojamiento, restauración y de entretenimiento para sus visitantes.
4. Seleccionar la o las rutas aptas para la zona, los atractivos y el perfil del cliente objetivo.

5. Escogencia de los puntos de:

- Salida
- Parada con estancia
- Llegada

- ❖ Itinerario del Primer Circuito
- ❖ Circuito San Francisco

Tabla 26. Circuito San Francisco

SALIDA	PARADAS CON ESANCIA	ACTIVIDADES	HORA DE LLEGADA
8:00 AM	Desayuno		
09:00		Practica de rafting o de cayoning	
12:00	Almuerzo	Hermanos santa	
13:00		Caminata a la Cascada de San Francisco	
14:30		Balneario de San Francisco	
15:30		Comida típica fritada y	
16:00			Retorno

Elaborado Por: Belén Urquiza

Fuente: La Investigación



Elaborado Por: Belén Urquizo
Fuente: La Investigación

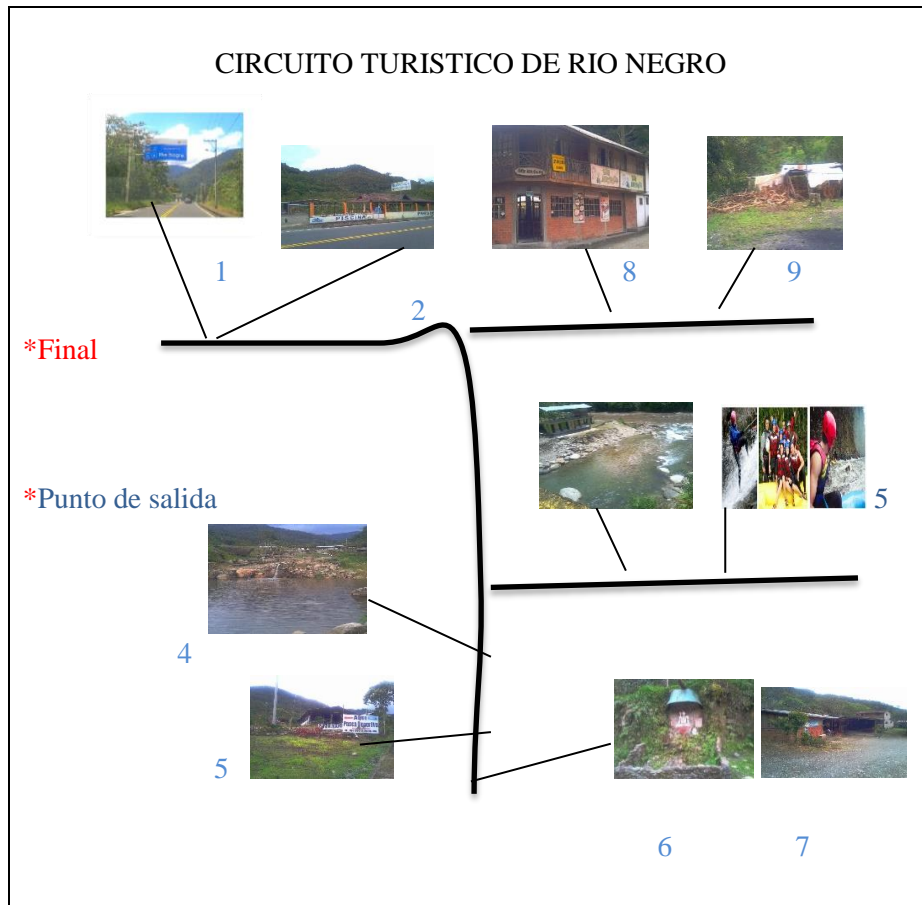
❖ Circuito Río Negro

Tabla 27 Circuito Río Negro

SALIDA	PARADAS CON ESANCIA	ACTIVIDADES	HORA DE LLEGADA
8:00 AM	Desayuno		
09:00		Practica de rafting o de cayoning	
12:00	Almuerzo	Restaurant los Abuelos	
13:00		Visita sendero ecológico VRINDAVAI	
14:30		Tour de las pescas deportivas	
15:30		Visita balneario las Estancias	
16:00			Retorno

Elaborado Por: Belén Urquizo
Fuente: La Investigación

Gráfico 22 Circuito Rio Negro



Elaborado Por: Belén Urquiza

Fuente: La Investigación

❖ Circuito El Topo

Tabla 28 Circuito El Topo

SALIDA	PARADAS CON ESANCIA	ACTIVIDADES	HORA DE LLEGADA
8:00 AM	Desayuno		
09:00		Practica de rafting o de cayoning	
12:00	Almuerzo	Paradero Arcoíris	
13:00		Visita al mariposario el Topo	
14:30		Visita balneario la Guatemala	

15:30	Visita cascada Cashaurco	
16:00		Retorno



Elaborado Por: Belén Urquiza

Fuente: La Investigación

6. El itinerario establecido anteriormente tiende a variar de acuerdo a criterio personal o criterios de los turistas cada uno de los itinerarios los pueden realizar niños, jóvenes, adultos, personas de la tercera edad siempre y cuando se informe con anticipación para tener precauciones.

FASE 2: Determinación de los costos y gastos de operación.

❖ Circuito De San Francisco

Tabla 29. Determinación de los costos y gastos de operación

DETALLE	COSTO	PRECIO DE VENTA
DESAYUNO	2.00	3.00
RAFTING O CAYONING	25,00	30,00
ALMUERZO	2.50	5.00
PASEO POR LOS VIVEROS	1.00	1.00

ENTRADA CASCADA	0.00	0.00
BUSETA POR DIA	8,00	10.00
TOTAL DEL CIRCUITO	39.50	51.00 Por pax

Elaborado Por: Belén Urquizo

Fuente: La Investigación

❖ Circuito De Rio Negro

Tabla 30. Determinación de los costos y gastos de operación

DETALLE	COSTO	PRECIO DE VENTA
DESAYUNO	2.00	3.00
RAFTING O CAYONING	25,00	30,00
ALMUERZO	2.50	5.00
PASEO ECOLOGICO	1.00	2.00
BALNEARIO ESTANCIAS	1.00	2.00
BUSETA POR DIA	8,00	10.00
TOTAL DEL CIRCUITO	39.50	52.00 Por pax

Elaborado Por: Belén Urquizo

Fuente: La Investigación

❖ Circuito el Topo

Tabla 31. Determinación de los costos y gastos de operación

DETALLE	COSTO	PRECIO DE VENTA
DESAYUNO	2.00	3.00
RAFTING O CAYONING	25,00	30,00
ALMUERZO	2.50	5.00
BALNEARIO LA GUATEMALA	1.00	2.00
ENTRADA	1.00	2.00

ORQUIDEARIO

BUSETA POR DIA	8,00	8.00
TOTAL DEL CIRCUITO	39.50	50.00 Por pax

Elaborado Por: Belén Urquizo

Fuente: La Investigación

Capacidad de acogida en los circuitos

Tabla 32. Capacidad de acogida en los circuitos

Circuito	Capacidad de Carga	Numero de guías	observaciones
San Francisco El topo Rio Negro	15 a 20 pax	Por cada 15 pax 2 guías	Para la actividad de rafting es necesario un caya kero

Medios de Transporte

Tabla 33. Medios de Transporte

Tipo de transporte	Costo saliendo de Baños	Tiempo de viaje
Buses interprovinciales	\$ 1.25	35 min
Camionetas Río Negro	\$ 2.00	Depende el tramo
Bus urbano	\$ 1.00	40 min
Bicicletas	\$ 15.00	5 horas
Motos	\$ 30.00	3 horas
Caballos en cada sector	\$ 20.00	2 horas

Elaborado Por: Belén Urquizo

Fuente: La Investigación

LINKOGRAFIA

- C. G. (2005, p. 5). <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/mjg/Conceptos%20operacionales%20para%20la%20investigacion.htm>.
- ABADÍ, M. (2004). <http://www.efdeportes.com/efd73/calidad.htm>.
- Altamira, R. y. (2007). dialnet. El turismo como motor de crecimiento. Obtenido de <file:///C:/Dialnet-ElTurismoComoMotorDeCrecimientoEconomico-2267966.pdf>
- Alvarado, V. (28 de 03 de 2016). Baja Presupuesto para promoción del turismo en Ecuador. turismo web. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/03/28/nota/5490708/presupuesto-promocion-turismo-bajara-este-ano>
- Alvares, (2012). http://www.secst.cl/upfiles/documentos/10052015_1159am_554f9c6e02515.pdf.
- Alvarez, C. R. (1987). Jerarquización de los recursos turísticos. estadísticas tour spain, 1-100.
- ALVAREZ, E. A. (2014). PDF.
- AMARTYA, S. (2006). http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_dsocial.htm.
- Amparo, S. (1841). "Introducción al turismo",.
- ANDARA, J. E. (2013). <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2070/1/T-UCE-0004-11.pdf>.
- ANDER, E. (2000). <http://www4.ujaen.es/~aespadas/TEMA1.pdf>.
- ANDRADE, S. (2005). Diccionario de Economía.
- ARCOCI, E. (2015). <http://www.utntyh.com/alumnos/wp-content/uploads/2015/11/UNIDAD-8-.POLITICA-TURISTICA.pdf>.
- arguello, S. s. (JULIO de 2014). <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7279/1/UPS-GT000714.pdf>. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7279/1/UPS-GT000714.pdf>
- Arias. (2008). <http://www.eumed.net/rev/oidles/16/crecimiento-economico.html>.

- Arredondo Ochoa Noé, P. (2013). Obtenido de <http://revistas.ufpr.br/turismo/article/viewFile/31931/20352>
- Ascanio, A. (2009). <http://ascanio.blogspot.com/2009/03/la-planificacion-turisticas-un-resumen.html>.
- AVILA, D. (2012). <http://es.slideshare.net/davila73/sistema-turstico-12304405>.
- Beita, I. I. (1990). eumed.net. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1199/sistema_turistico.html
- Boullon, j. (2004). http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1199/sistema_turistico.html.
- Bullon, R. (2005). <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63718>.
- CALAZACON, A. (2016). <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/382282-lugares-sagrados/>. EL DIARIO.
- CALDERON, S. (2014). <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>.
- Cano, s. (septiembre de 2013). <http://www.ecojesuit.com/el-turismo-y-uso-de-agua/5766/?lang=es>.
- CARLOS, H. (2006). <http://www.colmich.edu.mx/relaciones25/files/revistas/059/CarlosHerrejonPeredo.pdf>
- Cassany, D. (1999). http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/procedimiento_scompos.htm.
- Castillo, H. (2012). <http://www.um.es>. (los recursos atractivos) Obtenido de <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/recursos.pdf>
- CASTILLO, H. (2012). los recursos atractivos. <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/recursos.pdf>, 5.
- Cevallos, j. (2012). <http://www.copan.edu.mx/docs/desseccu12-13/myl.pdf>.
- Cindy, H. (2015). <https://prezi.com/d8c8ylzlr6zn/recursos-turisticos/>.
- COMERCIO. (2015). 10 MUSEOS MAS POPULARES DE ECUADOR. <http://www.elcomercio.com/tendencias/museos-populares-ecuador-tripadvisor-lista.html>.
- CONGOPE. (2013). COONGOPE. Obtenido de <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/Se%C3%B1aleticaTuristica-en-areas-rurales-17-07-2013.pdf>

- Covarrubias, R. (2015). <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/recurso-turistico.htm>.
- Covarrubias, R. (2015). <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/recurso-turistico.htm>.
- COVARRUBIAS, R. (2015). <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/recurso-turistico.htm>.
- Covarrubias, R. (s.f.). eudmed.net. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/recurso-turistico.htm>
- Covarrubias, R. (s.f.). EUMED.NET. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/recurso-turistico.htm>
- Crespi, M. (2011). recursos turisticos.
- Cristina, V. (2014). http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf. Obtenido de “Estudio de competitividad en el marco del desarrollo regional a partir de cluster de exportación en sectores seleccionados.
- CUERVO, R. A. (1987). Jerarquización de los recursos turísticos. 1-100.
- DABHOLKAR. (1995). <http://www.efdeportes.com/efd73/calidad.htm>.
- DIAZ, B. (2011). DISEÑO DE PRODUCTOS TURISTICOS.
- DIAZ, h. (2011). <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/recursos.pdf>.
- Domínguez, C. S. (2008). Fundamentos de sostenibilidad y desarrollo en la implantación de actividades turísticas en el medio rural para . (93), 8.
- ENGELS, M. Y. (2000). <https://es.scribd.com/doc/81404641/Estructura-y-superestructura>.
- Escalona, F. M. (2004). <http://www.eumed.net/ce/2004/fme-aus.htm>.
- Flores, c. (2012). https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/turismo/elementos_fundamentales_en_la_actividad_turistica.pdf.
- FREDRIZZI Rick. (2005). http://www.spaingbc.org/files/Core%20Concepts%20Guide_ES.pdf.
- Galindo y Malgesini. (1994:111.). <http://www.eumed.net/coursecon/libreria/2004/mca/desarrollo.htm>.

- Garcia, A. (2012). <http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27078/02-ALGUNAS+CONSIDERACIONES+SOBRE+LA+ACTIVIDAD+TUR;jsessionid=6BCC80EF7A849566E4B569FCDA2B28BB?sequence=1>.
- Garcia, A. (2012). <http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27078/02-ALGUNAS+CONSIDERACIONES+SOBRE+LA+ACTIVIDAD+TUR;jsessionid=6BCC80EF7A849566E4B569FCDA2B28BB?sequence=1>.
- Garcia, A. p. (2012). <http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27078/02-ALGUNAS+CONSIDERACIONES+SOBRE+LA+ACTIVIDAD+TUR;jsessionid=6BCC80EF7A849566E4B569FCDA2B28BB?sequence=1>.
- GARCIA, L. (2004). <file:///C:/Users/user/Downloads/1985-1966-1-PB.pdf>.
- GARCIA, L. (2015). <file:///C:/Users/user/Downloads/1985-1966-1-PB.pdf>.
- GLOSARIO. (2015). recurso turístico. Obtenido de <http://www.poraqui.net/glosario/recurso-tur%C3%ADstico>.
- GOMEZ, M. (2014). <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6759/1/FCHE-TH-163.pdf>.
- Gonzales, G. E. (s.f.). mincetur. Obtenido de <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=1580>
- Grande, A. (2014). http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf.
- GRANDE, a. (2014). http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf.
- GUERRERO, M. (2016). https://www.google.com.ec/search?q=que+es+la+prognosis+segun+ricart&rlz=1C1AVNC_enEC687EC689&biw=1366&bih=662&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwikua7pmpfRAhUIVYKHXe9CAUQ_AUIBigB#tbn=isch&q=que+es+la+prognosis&imgrc=9UtxlHZgHyjslM%3A.
- Gunn. (2015). <https://es.scribd.com/doc/46927500/Recursos-Turisticos-inventario-clasificacion-jerarquizacion-evaluacion>.
- HERNANDEZ, F. (2015). <http://esferapublica.org/museo.pdf>.
- INEC. (2014). <http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2012/05/Libro-Diversidad-religiosa-y-espiritual-en-la-conformaci%C3%B3n-del-Estado-ecuatoriano.pdf>.

- Irene, C. (2011). http://www.bbc.com/mundo/noticias/2011/03/110315_ecuador_san_rafael_cascada_hidroelectrica_az.shtml.
- JAFARI, J. (2011). <https://www.ute.edu.ec/posgrados/eidos5/art-11.html>.
- JAMES, M. (2002). http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_social.htm.
- José L. Caroa, A. L. (2014). Aplicaciones tecnológicas para la promoción de los recursos. 946.
- JR Brent Ritchie, L. R. (2008). <https://teoros.revues.org/1621>.
- KOTLER. (2004).
- LA HORA. (08 de 12 de 2015). 73 millones manejará la Prefectura en el 2016 LA HORA. LA HORA. Obtenido de http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101892652/-1/73_millones_manejar%C3%A1_la_Prefectura_en_el_2016.html#.WEHrFdLhDIU
- LILDJANDER. (2003). <http://www.efdeportes.com/efd73/calidad.htm>.
- Lopes, p. (2002). [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=XnARoli1ZNQC&oi=fnd&pg=PA3&dq=Lopez+\(2002\)+planificacion+turistica&ots=v3apqwP0jc&sig=YIJvsIKVMmlhnyl2ic65A5zkg3c#v=onepage&q=Lopez%20\(2002\)%20planificacion%20turistica&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=XnARoli1ZNQC&oi=fnd&pg=PA3&dq=Lopez+(2002)+planificacion+turistica&ots=v3apqwP0jc&sig=YIJvsIKVMmlhnyl2ic65A5zkg3c#v=onepage&q=Lopez%20(2002)%20planificacion%20turistica&f=false).
- Lopez, H. H. (2012). inventario turistico. Obtenido de <http://inventarioturisticolopez.blogspot.com/2012/12/inventario-turistico.html>
- LOPEZ, M. (2013). <http://listas.20minutos.es/lista/creencias-religiosas-tipos-de-religiones-en-el-mundo-259076/>.
- Machado, E. (2007). <file:///C:/Users/Invitado/Downloads/Dialnet-ProcedimientoParaElDisenoDeUnProductoTuristicoInte-2929463.pdf>.
- Maldonado, C. (2010). <http://es.slideshare.net/patumaldonado/que-es-un-atractivo-turistico>.
- MANENTE, T. y. (2008). <http://www.gestiopolis.com/marco-teorico-para-la-gestion-de-destinos-turisticos/>.
- MANKIW, G. (2005). Principios de Economía.
- Marfil, a. (2013). <https://prezi.com/hcba5uh1wwbq/conceptos-sobre-el-mito-de-la-caverna/>.

- Martinez, D. (2015). <http://turismoenaccionturismo.blogspot.com/2015/06/planificacion-turistica-fases-y.html>.
- Meneses, A. (2011). eumed.net. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1199/sistema_turistico.html
- Merino, P. y. (2008). <http://definicion.de/cascada/>.
- Ministerio de Ambiente. (2008). Ley-Gestion-Ambiental-Ecuador.html. Obtenido de <http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Ley-Gestion-Ambiental-Ecuador.html>
- MINTUR. (2016). MINTUR. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/RETANP-19-01-2016.pdf>
- Molina, J. (2001). http://www.uv.es/sala/malaga/XIII/comunica/comunica_13.pdf.
- Molina, S. (2012). http://www.turismoelcasco.com/lecturas/lectura_012.pdf.
- MONICA HOYOS, G. C. (2010). TURISMO ACCESIBLE, TURISMO PARA TODOS: LA. 41.
- MONSERRAT, C. (2000). <http://www4.ujaen.es/~aespadas/TEMA1.pdf>.
- Moposita, J. (2015). Repositorio Uta. Obtenido de LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO ECONOMICO DEL CANTON QUERO: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12876/1/FCHE-HTP-213.pdf>
- MORALES, S. (2003). <http://www.efdeportes.com/efd73/calidad.htm>.
- Murdick. (1994). <http://trabajos98/planificacion-publica-y-privada-del-turismo/planificacion-publica-y-privada-del-turismo.shtml>.
- NAVARRO, D. (2015). <file:///C:/Users/Laptop/Downloads/Recursos%20tur%C3%ADsticos%20y%20atractivos%20tur%C3%ADsticos-%20conceptualizaci%C3%B3n,%20clasificaci%C3%B3n%20y%20valoraci%C3%B3n.pdf>.
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos. Obtenido de <file:///C:/Users/user/Downloads/221641-786441-1-PB.pdf>
- NORDHAUS, S. Y. (2005). la economía. <http://www.promonegocios.net/economia/definicion-economia.html>.
- OLMOS, Y. G. (2011). ESTRUCTURA DEL MERCADO TURISTICO.
- OMT. (2014). <http://es.slideshare.net/RonaldLSA/sistema-turstico-27606267>. Obtenido de ronald soto.

- OMT. (2015).
- Ortega, C. (2013). Scribd. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/79293409/Concepto-de-senaletica>
- Padilla, O. (2014). el turismo.
- Padron. (2000). <https://es.scribd.com/doc/114845654/DEFINICION-RECURSOS-MATERIALES>.
- Pérez, A. (2011). EUMED.NET. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011b/956/Marketing%20Turistico.htm>
- PHILIPKevin, K. y. (2011). <http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>.
- PLANELLS, M. (2011). recursos turisticos.
- Platon.g. (2013). <https://www.significados.com/mito-de-la-caverna-de-platon/>.
- Poveda, n. (2013). <http://www.ihecc.cl/web/wp-content/uploads/2013/04/Musica-y-sonido.pdf>.
- Pulido, I. (2011). estructura general del mercado uristico.
- Pulido, J. (2011). estructuar del mercado turistico.
- Ramirez, R. C. (2004). EVALUACION DE POTENCIALEN MUNICIPIOS TURISTICOS A TRAVES DE METODOLOGIAS PARTICIPATIVAS. MEXICO.COLIMA.
- ricardo blanco, j. b. (1994). el turismo como motor de desarrollo rural, análisis de los proyectos de turismo subvencionados por leader I. 142.
- Ritchie. (2011). <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/recurso-turistico.htm>.
- RIVERA, R. (2013). <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>.
- ROBLES, d. (2015). http://www.usfq.edu.ec/programas_academicos/colegios/cociba/quitoambiente/temas_ambientales/recursos_naturales/Paginas/default.aspx.
- Rodrigues, M. (2012). DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA DE INTERPRETACIÓN CULTURAL PARA LA PROMOCIÓN Y EL DESARROLLO LOCAL DE LA ETNIA ABORIGEN WARAO EN EL ESTADO DELTA AMACURO, VENEZUELA. http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/la_actividad_turistica_y_producto_turistico.html.

- Rodriguez, M. (s.f.). eudmet.net. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/las_rutas_turisticas_como_producto_turistico.html
- Rojas, G. S. (2012). <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/mtfr.html>.
- RUIZ, P. (2013). <http://sostenibilidad.semana.com/blog/articulo/recursos-naturalesn-renovables-colombia/30175>.
- Saavedra, f. (2012). <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>.
- SAEZ, A. (2009). <file:///C:/Users/Laptop/Downloads/LOS%20MICRO-CLUSTERS%20TUR%20C3%8DSTICOS%20C2%BFUNA%20HERRAMIENTA%20PARA%20EL%20DESARROLLO%20TUR%20C3%8DSTICO%20EN%20ZONAS%20RURALES%20DEPRIMI.pdf>.
- SAEZ, A. (2011). estructura general del mercado turistico.
- Salazar, P. &. (2009). <http://www.redalyc.org/pdf/276/27600802.pdf>.
- SAMOIER, R. (2010). metodologia de la investigacion. chile: mc graw hill.
- SANCHEZ, Jose. (2000). <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/4/1937/11.pdf>.
- Sangay, w. (2010). http://servicios.abc.gov.ar/docentes/efemerides/site_10denoviembre/descargas/tradicion/concepto.pdf.
- SANTIAGO. (2008). <http://geografia.laguia2000.com/hidrografia/tipos-de-lagos>.
- SDEG. (2012). https://es.wikipedia.org/wiki/Lugar_sagrado.
- SECTUR. (2002).
- segundo. (2005). <http://concepto.de/leyenda/#ixzz4WhSx87SQ>.
- Sergio, M. (2012). <http://administracion.realmexico.info/2013/10/que-es-un-sistema-turistico.html>.
- SKOUSEN, M. (2006). La Economía en Tela de Juicio. <http://www.promonegocios.net/economia/definicion-economia.html>.
- Soto, R. (s.f.). LinkedIn SlideShare. Obtenido de <http://es.slideshare.net/RonaldLSA/sistema-turstico-27606267>
- STANTON, E. y. (2014). PROMOCION GENERALIDADES.

- TACO, M. (2013). LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN EL. http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5218/1/Tth_2013_144.pdf, 60.
- Tamayo, M. (2009). uta repositorio. Obtenido de http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1646/1/TU_HOT55.pdf
- THOMPSON, I. (2014). <http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/ques-promocion.html>.
- TIERRA, C. D. (2011). <http://www4.tecnun.es/asignaturas/Ecologia/Hipertexto/05PrinEcos/175Lago.htm>.
- Torre, o. (2014). el turismo.
- TUJAN, R. (2015). <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/13325/1/FCHE-THP-224.pdf>.
- Tujan, R. (2015). repositorio uta. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/13325/1/FCHE-THP-224.pdf>
- TURISMO), O. M. (1994). http://wiki.ead.pucv.cl/index.php/Definici%C3%B3n_de_turismo_-_Conoce_Valpara%C3%ADso.
- TURISMO, M. D. (2013). <http://www.revistalideres.ec/lideres/usd-19-millones-utilizaran-promocionar.html>.
- UNIVERSO. (21 de 04 de 2016). El pujante sector turístico ecuatoriano teme duras secuelas tras terremoto. UNIVERSO. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/04/21/nota/5536857/pujante-sector-turistico-ecuatoriano-teme-duras-secuelas-tras>
- V., G. A. (2012). sedici.unlp.edu.ar. Obtenido de <http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27078/02-ALGUNAS+CONSIDERACIONES+SOBRE+LA+ACTIVIDAD+TUR;jsessionid=6BCC80EF7A849566E4B569FCDA2B28BB?sequence=1>
- VALLE, S. (2008). <http://geografia.laguia2000.com/hidrografia/tipos-de-lagos>.
- VAN, D. (2005). http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/superestructura textual.htm.
- VARISCO, C. (2013). Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>.
- Varisco, C. (2013). <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>.
- Varisco, C. (2013). Nulan. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>

- Varisco, Cristian. (2013). <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>.
- VIEWS, A. (2014). <http://www.fundacionaquae.org/wp-content/uploads/2013/10/BLNZ483730.pdf>.
- VILLACIS, W. (2010). http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/4911/1/tma_2010_916.pdf.
- Villalva, F. (2005). <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LaPromocionDeVentasYLosBeneficiosPercibidosPorElCo-1399311.pdf>.
- Villalva, j. (2012). <http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/montana.php>.
- Villaseñor, j. (2014). el turismo.
- Villegas, F. (2011). <file:///C:/Users/Laptop/Downloads/Recursos%20tur%C3%ADsticos%20y%20actividades%20del%20sector%20en%20la%20Provincia%20de%20Granada.pdf>.
- Yamisleydis Pérez Laritza Vazquez, v. a. (s.f.). EUMENED.NET. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011b/956/Producto%20turistico.htm>

Si
 No

5. ¿Se debería aumentar la partida presupuestaria para el desarrollo del turismo de la parroquia?

Si
 No

6. Le gustaría que la parroquia Río Negro fuera promocionada

Si
 No

7. Por cuales medios de difusión le gustaría que la parroquia Río Negro sea promocionada. (Puede elegir más de una opción)

Página web	Radio	Televisión	Volantes	Redes sociales	Prensa	Trípticos

8. ¿De qué manera aportaría usted en beneficio del desarrollo turístico de la parroquia Río Negro?

Promoción	Prestación de servicio	Emprendimientos

“LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS COMO APORTE AL DESARROLLO
TURÍSTICO DE LA PARROQUIA RÍO NEGRO DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA
SANTA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

Maria Belén Urquizo Paredes

¹ Universidad Técnica de Ambato,
Av. Los Chasquis, campus Huachi, Ecuador

Resumen

La parroquia de Río Negro rodeada de belleza paisajística natural y que cuenta con recursos naturales interesantes, como son ríos, cascadas, senderos, balnearios, pescas deportivas, paraderos que no son propiamente aprovechados por sus pobladores y correctamente potencializados por parte de sus propietarios y autoridades pertinentes.

Se ve en la necesidad de investigar el inventario general que tiene la población tanto en atractivos turísticos, y de flora y fauna para el correcto manejo de la información obteniéndolos del plan de ordenamiento territorial de la zona.

Para tener como resultado el planteamiento de una ruta turística que contará con un nombre propio, el diseño de la misma, circuitos realizados en base a su geografía y por sectores, que permiten el mejor manejo y uso de los atractivos para segmentarse a un mercado objetivo.

Los moradores de la zona se beneficiarán puesto que incrementará el número de visitantes y esto permitirá que la demanda de sus servicios crezcan.

Palabras clave: ruta turística, desarrollo, turismo, atractivos, promoción turística

Abstract

The parish Río Negro surrounded by natural scenic beauty and has interesting natural resources such as rivers, waterfalls, trails, spas, sport fishing, stands. They are not properly exploited by their settlers and properly potentialized by their owners and relevant authorities.

It is necessary to investigate the general inventory that has the population both in tourist attractions, and of flora and fauna for the correct handling of the information, obtaining them from the territorial planning plan of the area.

In order to have as result the proposal of a tourist route that would have a proper name, the design of the same, circuits made based on its geography and by sectors, that allow the best management and use of the attractions to be segmented to a target market.

The residents of the area will benefit since it will increase the number of visitors to the area and this will allow the demand for their services to grow

Keywords: Tourist route, development, tourism, attractions, tourist promotion.

Introducción

Ruta Turística

Las rutas son elementos a los que se recurre para apoyar el turismo, por ello, el presente artículo propone una metodología para la determinación de rutas óptimas basado en la propuesta del indicador de evaluación de rutas turísticas de entorno accesible el cual permita que la misma se desarrollen eficazmente (Sanchez, 2016) y así se use de manera eficaz. Al realizar esta ruta es el de conglomerar el patrimonio cultural que posee determinado sector para formar un producto turístico que permita a los visitantes poder conocer parte del significado de la vida (Vega, 2013)

Una ruta turística es el recorrido turístico lineal o circular, que consta de un itinerario definido conectado por varios sitios de interés para el visitante. Por lo general, estos atractivos sean naturales o culturales, que caracterizan una zona o localidad donde se realiza el mismo (Perez, 2013).

El turismo

El turismo es una de las más importantes actividades económicas en el mundo, que genera importantes rendimientos económicos, inversión, empleos directos e indirectos, y puede contribuir al crecimiento económico y al progreso social de los países en vías de desarrollo (Arredondo, 2015), sabiendo de esta manera que la oferta y la demanda juegan un papel muy importante en el mercado porque mediante técnicas y estrategias de mercado se puede llegar a un target específico. El cual permita el progreso económico de un país o de una comunidad en forma ascendente El turismo cumple un papel crucial para la economía de México (estudios, 2017) y ha tenido un robusto desempeño en los últimos años. El turismo en México representa para ellos directamente el 8.5% del PIB y genera un valor por encima del promedio de la economía. Contribuye también con empleos para millones de mexicanos.

Por lo tanto como creador, consumidor y destructor de espacios ejerce gran influencia y modifica por lo general las estructuras regionales, genera grandes concentraciones derivadas de procesos migratorios de zonas rurales hacia centros de actividad turística.(Villaseñor, 2015). Esta trae consigo consecuencias lógicas con respecto a los servicios que se brindan de la actividad turística, puede ocasionar daños en lugares naturales, exceso en la capacidad de acogida del lugar y daños irreversibles para la naturaleza.

El turismo ha sido identificado como una de las actividades con potencial para contribuir al desarrollo económico. (Castillo E. , 2015) Los gobiernos tienen capacidad para influir y tomar medidas en las áreas que afectan a esta actividad, a través de regulaciones, incentivos, promoción o mitigando los efectos externos negativos.

El turismo incorpora bienes patrimoniales como parte de la oferta turística. El inventario de los bienes que conforman la oferta en ámbitos rurales y urbanos es amplio y está integrado por los bienes materiales obras del hombre y la naturaleza, como museos, iglesias, productos artesanales y la red de carreteras con sus bienes asociados y

los inmateriales: danza folclórica, música, tradiciones orales, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza (Obregon, 2016).

Desarrollo turístico

El desarrollo turístico de una población depende del trabajo en equipo y colaboración de todos los que habitan en ella “desarrollo de un lugar se debe considerar no la afluencia turística de visitantes sino el bienestar generado por la actividad turística, es decir el número de óptimo de visitantes de acuerdo a los recursos ambientales de la zona” (Cuba, 2015), y que de ahí la capacidad de la población local de organizar y orientar el desarrollo turístico y la definición de productos y servicios que se adapten a la cualificación de las necesidades de la población local.

Ecuador, en los últimos años, conserva una tendencia económica creciente, importante en la región, evidenciada en el crecimiento de su producto interno bruto. Si bien como se señaló anteriormente la posición de Ecuador entre los países de Latinoamérica no se sitúa en las mejores posiciones, en el período 2000 –2013 (Castillo E. , 2015) este país mantiene en promedio una tasa de crecimiento del 4,30% frente al promedio de la región América del Sur de 3,85%; según datos del Banco Mundial intenta mantener al turismo en la actualidad como la matriz productiva que logre sacar al país adelante sin necesidad del petróleo.

La actividad turística se ve favorecida fundamentalmente desde mediados del siglo XX por diversos factores, entre ellos el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación NTIC, el abaratamiento del transporte (Rodríguez, 2014) así como su evolución, lo cual acorta las distancias. El disfrute de un mayor tiempo libre también tiene su efecto sobre la motivación de viajar.

El turismo es una de las principales actividades económicas en el mundo, genera una importante derrama económica, inversión, empleos directos e indirectos, y puede contribuir al crecimiento económico y al progreso social de los países en vías de desarrollo (Ochoa, 2013), favorece la realización de actividades que atienden la demanda de los turistas como el hospedaje, la alimentación, el transporte, la diversión

Promoción Turística

La promoción turística es uno de los grandes pilares de la Comunicación del Marketing Integrado, la cual se refiere a comunicar a los posibles turistas consumidores sobre una oferta turística. En el caso de la promoción de los destinos turísticos se identifican instrumentos de la promoción tradicional y no tradicional (Palacios, 2014). Ahora bien, la demanda del turismo está relacionada con su promoción y la intención de la misma es manipular los sentidos, el objetivo es dirigir la mirada del turista potencial hacia ese sitio de tal forma, que lo motive a desplazarse (Taurines, 2014). Según Urry (2004) dichas observaciones no pueden quedar libradas

al azar, las personas deben aprender cómo, cuándo y dónde “mirar”, lo que las personas “contemplan” son representaciones ideales de la vista en cuestión que internalizan a partir de diferentes medios.

Metodología

Para realizar la ruta turística se empezó haciendo un mapa conceptual el cual detallaba claramente las fases que se usarían para diseñar la misma, tomando en cuenta las especificaciones que tiene la parroquia como es su geografía, su clima, sus puntos más relevantes, etc.

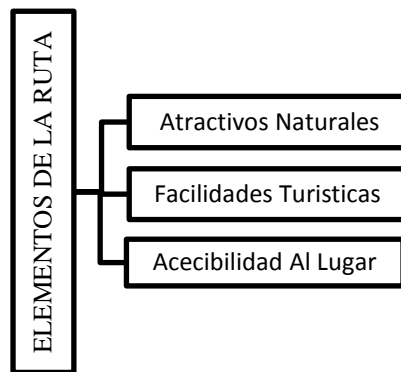
Se detalló de manera clara todos los parámetros que se van utilizar en la metodología es por ello que se clasifico de manera descendente cada uno de los ítems. Se investiga en páginas actuales cada uno de los atractivos de la parroquia y de esta manera se logra canalizar los más importantes, para llevarlos a un inventario final el cual constará con su debido sustento y clasificación según su grado de relevancia.

Es por eso que al diseñar una ruta turística el visitante tendrá ideas claras de que quiere visitar y en qué tiempo lo podrá hacer, pero para ello se debe realizar un análisis profundo que conlleva a su resultado final, es decir analizar los atractivos que posee el lugar, elaborar un listado de sitios de interés y para finalizar se debe dar promoción al mismo. Una vez que se haya tomado en cuenta los parámetros anteriores. Por último, se crea circuitos integrados que se direccionan a un tipo de mercado objetivo el cual permitirá que los visitantes se desarrollen de manera eficaz en su estadía en la parroquia.

Atractivos turísticos:

TABLA DE CLASIFICACION DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS					
ATRACTIVOS NATURALES	NOMRE	UBICACIÓN	DETALLE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA	CORDENADAS
Ríos					
Cascadas					
Balnearios					
Cavernas					
ATRACTIVOS TURISTICOS					
Paraderos					
Restaurantes					
Museos					
Orquidearios					
Viveros					
Pesca deportiva					
Artesanias					

Elaborado por María Belén Urquizo



Elaborado por María Belén Urquizo

Resultados

El trabajo de investigación que se realizó en la parroquia de Río Negro fue satisfactorio, porque de esta manera se realizó un estudio de campo el que permitió dar a conocer el inventario turístico de la zona mediante la página de plan de ordenamiento territorial elaborado por de gobierno parroquial.

De la misma manera con la recolección de la información se dio paso a la creación del nombre de la ruta que se basa fundamentalmente en el espacio geográfico donde se encuentra ubicado la parroquia, para así se realice el respectivo diseño de la ruta turística la misma que llevaría el nombre de “Ruta de Naturaleza, encanto y diversión” después de la misma se realizaría su respectiva promoción y difusión por medios electrónicos conocidos.

Para finalizar implementando circuitos turísticos que aporte al incremento de visitantes a la zona, segmentándose a mercados y a targets excelentes.

Discusión

Se creó la ruta turística NATURALEZA porque su ubicación geográfica es adecuada para disfrutar de paisajes increíbles y de sitios que creo la misma como cascadas, ríos, balnearios, ENCANTO porque el simple hecho de visitarla encanta con su belleza paisajística, acogedora por su gente amable y generosa y DIVERSION el hecho de poder compartir con la familia en cada una de sus atracciones permite potencializar sus atractivos.

La ruta contribuye al desarrollo económico de los pobladores y que de esta manera se incentivará al aumento de plazas de trabajo a sus habitantes e incrementar la demanda turística para que sea visitada con más frecuencia.

Se debe tomar en cuenta que los atractivos naturales que tienen ciertos sectores necesitan de facilidades y mejoramientos de accesos, ya que son sectores vulnerables, pero a la vez con grandes potencialidades, los cuales al desarrollarse la ruta turística se verá obligatorio

que autoridades o propietarios de locales comerciales se preocupen por el mejoramiento de los mismos.

Conclusiones

- ✓ La creación de la ruta turística Naturaleza, Encanto y Diversión permitirá desarrollar y fomentar al turismo como promotor de la economía, obteniendo así mejores ingresos económicos a sus moradores.
- ✓ Con la implementación de circuitos turísticos se intenta distribuir correctamente la capacidad de acogida de un lugar para que exista el dinamismo en todo el sector y sus pobladores sean beneficiarios directos.
- ✓ La promoción de la ruta será parte de la estrategia turística de la parroquia, donde se conjugue la oferta y la demanda en todo el sector.
- ✓ Con la ruta turística se espera que autoridades o los mismos pobladores se preocupen por el mejoramiento de accesos y facilidades turísticas hacia cada uno de los sitios.
- ✓ Se espera motivar a las autoridades y pobladores de la zona a visitarla y darla a conocer.

LINKOGRAFIA

- Almeida García, F., Coll López, M., Brunet Estarellas, P. J., & Monteserín Abella, O. (2005). Los planes de excelencia y dinamización turística (PEDT), un instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, (39), 201–226.
- Alvarez, E. A. (n.d.). \376\377\000U\000T\0008\000 \000L\000o\000s\000 \000r\000e\000c\000u\000r\000s\000o\000s\000 \000t\000u\000r\000\355\000s\000t\000i\000c\000o\000s.
- Cuervo, R. A. (1987). Jerarquización de los recursos turísticos. *Estudios Turísticos*, (94), 77–100.
- Franco, S., Osorio, M., Nava, G., & Regil, H. (2009). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos Parque Nacional Nevado de Toluca, México. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 18(1), 208–226.
- Mazaro, R. M., & Varzin, G. (2008). Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista de Administração Contemporânea*, 12, 789–809. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552008000300009>
- OIT. (2011). Guía Práctica sobre la Reducción de la Pobreza a través del Turismo en Zonas Rurales.
- Perla, L., Guerrero, E., & Ebook, P. E. (2014). *Al Turismo*.
- R. Covarrubias Ramirez. (2015). Evaluación del potencial en municipios a través de metodologías participativas.
- Turos, F. I., & Reprodutores, R. Y. (n.d.). El inventariado de los recursos.
- Villaseñor, B. A. (2012). Turismo y globalización. *Desarrollo, Sustentabilidad Y Turismo: Una Visión Multidisciplinaria*, 129–156.