



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

MODALIDAD PRESENCIAL

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

TEMA:

**“LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN EL
DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA LA MATRIZ DEL
CANTÓN PATATE, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.**

AUTORA: Johanna Gabriela Monge Martínez.

TUTORA: Lic. Mg. Carmen Isabel Vaca Vaca.

AMBATO – ECUADOR

2014

*APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO
DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN*

CERTIFICA:

Yo, Lcda. Mg. Carmen Isabel Vaca Vaca con CC 1803381423 en mi calidad de Tutora del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA LA MATRIZ DEL CANTÓN PATATE, PROVINCIA DE TUNGURAHUA” desarrollado por la egresada Johanna Gabriela Monge Martínez, considero que dicho Informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

.....
Lcda. Mg. Carmen Isabel Vaca Vaca

TUTORA

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

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

.....
JOHANNA GABRIELA MONGE MARTÍNEZ

C.C: 1803149614

AUTORA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

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

.....
JOHANNA GABRIELA MONGE MARTÍNEZ

C.C: 1803149614

AUTORA

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

La Comisión de estudio y calificación del informe del Trabajo de Graduación sobre el tema: “LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA LA MATRIZ DEL CANTÓN PATATE, PROVINCIA DE TUNGURAHUA” presentado por la Srta. Johanna Gabriela Monge Martínez, egresada de la Carrera de Turismo y Hotelería, promoción marzo – agosto 2013, 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.

Ambato, 21 de Abril del 2014

LA COMISIÓN

.....

Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

Lcdo. Héctor Raúl Tamayo Soria Lcdo.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....

Lcdo. Mg. Oscar Alberto Abril Flores

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Dedicatoria

A mi madre

La mujer más bella, valiente y amiga que jamás conocí, por ser la persona que siempre me ha apoyado y ha compartido conmigo todos los desafíos presentes en mi vida.

A mi padre

Por haber permitido que a través de los problemas me convierta en una mujer más fuerte y así aprender de mis errores.

AGRADECIMIENTO

Primeramente me gustaría agradecer a Dios por bendecirme en cada paso que he dado y sigo dando y por haber hecho realidad este sueño anhelado.

Mi agradecimiento profundo a mi familia quienes día a día han sido partícipes del cumplimiento de mis metas y sobre todo por ser el eje esencial en mi vida, a ti por estar siempre a mi lado y apoyarme en todo momento, a mis amigos por abrirme las puertas de su amistad y confianza, a mis maestros de la Universidad Técnica de Ambato quienes me encaminaron en el sendero de la sabiduría y han aportado en mi formación profesional.

A mi tutora Lcda. Carmen Vaca por su guía, paciencia y apoyo en la elaboración de este trabajo.

Mi sincera gratitud

Johanna

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA	3
1.1 Tema	3
1.2 Planteamiento del problema	3
1.2.1 Contextualización	3
1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO	7
1.2.3 Prognosis	9
1.2.4 Formulación del Problema	9
1.2.5 Preguntas directrices	9
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación	9
1.2.6.1 Delimitación del contenido:	9
1.2.6.2 Delimitación espacial:	9
1.2.6.3. Delimitación temporal:	10
1.3 Justificación	10
1.4. Objetivos	11
1.4.1 Objetivos Generales	11
1.4.2 Objetivos Específicos	11
CAPÍTULO II	12
MARCO TEÓRICO	12
2.1 Antecedentes Investigativos	12
2.2 Fundamentación Filosófica	15
2.3. Fundamentación Legal	15
2.4. Categorías Fundamentales	19
2.4.1. Fundamentación Teórica de la Variable Independiente	22
2.4.1.1. Fundamentación Teórica de la Subordinación Conceptual de la Variable Independiente.	26
2.4.2. Fundamentación Teórica de la Variable Dependiente	32
2.4.2.1. Fundamentación Teórica de la Subordinación Conceptual de la Variable Dependiente	35
2.5 Hipótesis	42
2.6. Señalamiento de las Variables de la Hipótesis	42
CAPÍTULO III.....	43
MARCO METODOLÓGICO	43
3.1. Enfoque	43
3.2 Modalidad básica	43
3.3 Nivel o tipo de investigación	44
3.4 Población y muestra	44
3.4.1 Población.....	44
3.5 Operacionalización de las Variables.....	46
3.5.1 Variable Independiente: Atractivos turísticos.....	46

3.5.2 Variable Dependiente: Desarrollo Turístico	46
3.6 Plan de Recolección de la Información	48
3.7 Plan de Procesamiento de la Información.....	48
CAPÍTULO IV	49
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	49
4.1 Análisis de los Resultados	49
4.2 Verificación de hipótesis	84
4.2.1 Planteamiento de la hipótesis	84
4.2.2 Selección del nivel de significación	84
4.2.3 Descripción de la población	84
4.2.4 Especificación de la estadística	84
4.2.5 Especificaciones de las regiones de aceptación y rechazo	86
4.2.6. Regla de decisión	86
4.2.7. Recolección de datos y cálculo de lo estadístico	86
CAPÍTULO V	88
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	88
5.1 CONCLUSIONES	88
5.2 RECOMENDACIONES	89
CAPÍTULO VI.....	90
PROPUESTA	90
6.1 Datos informativos	90
6.2 Antecedentes de la propuesta	91
6.3 Justificación	92
6.4 Objetivos	93
6.4.1 Objetivos Específicos	93
6.5 Análisis de factibilidad	94
6.6 Fundamentación Teórica	96
6.7 Modelo Operativo	100
6.8 Descripción de la propuesta.....	101
6.8.1 Introducción	101
6.8.2 Contenido de la Aplicación	102
6.8.3 Diseño de PatateGuide App.....	113
6.8.4 Requerimientos de hardware para PatateGuide App	114
6.8.5 Requerimientos de Software para PatateGuide App	114
6.8.6 Guía de Instalación	114
6.8.7 Manual de Funcionamiento	117
6.8.8 Fotografías	120
6.9 Administración.....	124
6.10 Previsión de la Evaluación	125
7. MATERIALES DE REFERENCIAS	126
ANEXOS.....	130
Encuestas	131

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 ÁRBOL DE PROBLEMAS	7
GRÁFICO 2: SUPERORDINACIÓN CONCEPTUAL (RED DE INCLUSIÓN CONCEPTUAL).....	19
GRÁFICO 3: SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL (VARIABLE INDEPENDIENTE).....	20
GRÁFICO 4: SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL (VARIABLE DEPENDIENTE).....	21
GRÁFICO 5: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 1	51
GRÁFICO 6: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 2	52
GRÁFICO 7: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 3	53
GRÁFICO 8: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 4	54
GRÁFICO 9: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 5	55
GRÁFICO 10: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 6	56
GRÁFICO 11: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 7	57
GRÁFICO 12: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 8	58
GRÁFICO 13: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 9	59
GRÁFICO 14: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 10	60
GRÁFICO 15: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 11	61
GRÁFICO 16: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 12	62
GRÁFICO 17: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 13	63
GRÁFICO 18: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 14	64
GRÁFICO 19: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 15	65
GRÁFICO 20: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 1	66
GRÁFICO 21: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 2	67
GRÁFICO 22: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 3	68
GRÁFICO 23: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 4	70
GRÁFICO 24: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 5	71
GRÁFICO 25: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 6	72
GRÁFICO 26: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 7	73
GRÁFICO 27: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 8	74
GRÁFICO 28: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 9	75
GRÁFICO 29: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 10	77
GRÁFICO 30: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 11	79
GRÁFICO 31: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 12	80
GRÁFICO 32: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 13	81

GRÁFICO 33: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 14	82
GRÁFICO 34: REPRESENTACIÓN GRÁFICA PREGUNTA 15	83
GRÁFICO 35: CURVA ESTÁTICA DE ACEPTACIÓN Y RECHAZO	87
GRÁFICO 36: UBICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	91
GRÁFICO 37: LOGOTIPO	102

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: POBLACIÓN	45
TABLA 2: CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE	46
TABLA 3: CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE	47
TABLA 4: PLAN DE RECOLECCIÓN DE DATOS	48
TABLA 5: TABULACIÓN PREGUNTA 1	50
TABLA 6: TABULACIÓN PREGUNTA 2.....	52
TABLA 7: TABULACIÓN PREGUNTA 3.....	53
TABLA 8: TABULACIÓN PREGUNTA 4.....	54
TABLA 9: TABULACIÓN PREGUNTA 5.....	55
TABLA 10: TABULACIÓN PREGUNTA 6.....	56
TABLA 11: TABULACIÓN PREGUNTA 7.....	57
TABLA 12: TABULACIÓN PREGUNTA 8.....	58
TABLA 13: TABULACIÓN PREGUNTA 9.....	59
TABLA 14: TABULACIÓN PREGUNTA 10.....	60
TABLA 15: TABULACIÓN PREGUNTA 11	61
TABLA 16: TABULACIÓN PREGUNTA 12.....	62
TABLA 17: TABULACIÓN PREGUNTA 13.....	63
TABLA 18: TABULACIÓN PREGUNTA 14.....	64
TABLA 19: TABULACIÓN PREGUNTA 15.....	65
TABLA 20: TABULACIÓN PREGUNTA 1	66
TABLA 21: TABULACIÓN PREGUNTA 2.....	67
TABLA 22: TABULACIÓN PREGUNTA 3.....	68
TABLA 23: TABULACIÓN PREGUNTA 4.....	70
TABLA 24: TABULACIÓN PREGUNTA 5.....	71
TABLA 25: TABULACIÓN PREGUNTA 6.....	72

TABLA 26: TABULACIÓN PREGUNTA 7	73
TABLA 27: TABULACIÓN PREGUNTA 8.....	74
TABLA 28: TABULACIÓN PREGUNTA 9.....	75
TABLA 29: TABULACIÓN PREGUNTA 10.....	77
TABLA 30: TABULACIÓN PREGUNTA 11.....	79
TABLA 31: TABULACIÓN PREGUNTA 12.....	80
TABLA 32: TABULACIÓN PREGUNTA 13.....	81
TABLA 33: TABULACIÓN PREGUNTA 14.....	82
TABLA 34: TABULACIÓN PREGUNTA 15.....	83
TABLA 35: DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN	84
TABLA 36: FRECUENCIAS OBSERVADAS.....	85
TABLA 37: FRECUENCIAS ESPERADAS.....	85
TABLA 38: CHI CUADRADO CALCULADO.....	87
TABLA 39: MODELO OPERATIVO	100
TABLA 40: PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN.....	125

ÍNDICE DE FOTOS

FOTO N°1: CANTON PATATE	120
FOTO N°2: MUSEO ARQUEOLÓGICO Y RELIGIOSO DEL TERREMOTO.	120
FOTO N° 3: PASAJE MARCIAL SORIA	121
FOTO N°4: PARQUE CENTRAL SIMÓN BOLIVAR.....	121
FOTO N°5: ASOCIACIÓN AGROECOLÓGICA SAN RAFAEL ALTO	121
FOTO N°6: GASTRONOMÍA	122
FOTO N° 7: CASCADA DE MUNDUG	122
FOTO N° 8: VALLE DE SAN JAVIER.....	122
FOTO N° 9: TRADICIÓN DEL ANIMERO	123
FOTO N°10: FIESTAS EN HONOR AL SEÑOR DEL TERREMOTO.....	123
FOTO N° 11: CASCADA CARYACU.....	123

ÍNDICE DE PANTALLA

PANTALLA N°1: PASO 1	114
PANTALLA N°2: PASO 2	115
PANTALLA N°3: PASO 3	115
PANTALLA N°4: PASO 4	115
PANTALLA N°5: PASO 5	116
PANTALLA N°6: PASO 6	116
PANTALLA N°7: PÁGINA INICIAL DE LA APLICACIÓN	117
PANTALLA N°8: MENÚ DE ATRACTIVOS	118
PANTALLA N°9: LISTA DE ATRACTIVOS	118
PANTALLA N°10: INFORMACIÓN DEL ATRACTIVO	119
PANTALLA N°11: AGENDA	119

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

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “Los atractivos turísticos y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia la Matriz del cantón Patate provincia de Tungurahua”.

AUTOR: Johanna Gabriela Monge Martínez

TUTORA: Lcda. Mg. Carmen Isabel Vaca Vaca

El presente trabajo de investigación se ha elaborado con el propósito de incentivar el desarrollo turístico de la parroquia la Matriz del cantón Patate, puesto que cuenta con varios atractivos naturales y culturales que han sido poco promocionados, debido al desconocimiento sobre las potencialidades del turismo, en consecuencia se ha observado una reducida demanda de visitantes, sin lograr posicionar los sitios de interés turístico en la mente de los consumidores.

El desinterés de las autoridades en la incursión de la actividad turística es otra de las causas a considerarse, ya que se priorizan diferentes áreas productivas y se deja de lado a la actividad turística, sin coadyuvar a un mejor desarrollo de la parroquia. Todos estos aspectos tienen como efecto el abandono de los recursos, logrando así que exista un deterioro de los mismos, sin poner en práctica técnicas de sostenibilidad que ayudarían a su conservación y por lo tanto a promover y fomentar el turismo consciente.

Como modalidad de investigación se ha realizado una investigación de campo por medio de la utilización de una encuesta estructurada dirigida a los servidores turísticos que operan en la parroquia, a los turistas quienes acuden al sector y a las autoridades vinculadas directamente con el sector turístico. A través de la información adquirida se realizó un análisis e interpretación de resultados permitiendo concluir que la parroquia la Matriz del cantón Patate cuenta con atractivos tanto naturales como culturales para el ejercicio de la actividad turística, requiriendo mayor difusión tanto de los más reconocidos como de los que aún no se han identificado como tal, por estos motivos se ha planteado la elaboración de una aplicación turística digital que contribuirá a la dinamización del mercado turístico, consiguiendo de esta manera que la parroquia se convierta en un destino turístico significativo.

Palabra clave:

Atractivos turísticos, desarrollo turístico, aplicación turística digital, sostenibilidad, promoción, destino, potencialidades turísticas, actividad turística, difusión, desconocimiento.

INTRODUCCIÓN

El turismo en el mundo sigue creciendo a grande escalas y Latinoamérica inicia a ser descubierta, tanto por su ambiente natural así como por su diversidad biológica, como ejemplo de ello Ecuador en el 2013 se posiciona ante los continentes como el mejor destino verde de mundo y de esta forma se empiezan a potencializar los atractivos del país.

Es por ello que este presente trabajo tiene el interés de desarrollar una aplicación turística digital permitiendo la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia, para dar un impulso al desarrollo turístico, con la recopilación de información de los lugares interesantes por sus características naturales y culturales, reflejadas en sus costumbres y tradiciones que constituyen un atractivo para la recreación y descanso. Para poder cumplir con el presente trabajo, fue necesario seguir la siguiente estructura investigativa.

CAPÍTULO I: El primer capítulo se refiere al problema de investigación, se establece la contextualización sobre los atractivos turísticos y el desarrollo turístico desde un punto de vista macro, meso y micro, se aplica la metodología del árbol de problemas donde se determina causas y efectos, obteniendo conocimiento del problema se plantea la prognosis hipotética futurista y se formula el problema que es precisamente una interrogante acerca de la relación entre las variables, a partir de ello se descompone el problema formulado en interrogantes denominadas preguntas directrices, las cuales son referentes básicos para formular los objetivos específicos de la investigación, además se realiza la justificación donde se plantea cuáles son las razones y motivos por las cuales merece que el tema sea estudiado, y finalmente se elaboran los objetivos que expresan el resultado que se espera alcanzar mediante el proceso investigativo.

CAPÍTULO II: Hace referencia al Marco Teórico que es la síntesis conceptual que sirve de fundamento científico al objeto de estudio y se explica la fundamentación filosófica y legal, la cual señala las leyes a las cuales se rige el

proyecto, posteriormente se plantea las categorías fundamentales donde se define la red de conceptos sobre los atractivos y desarrollo turístico, se elabora la hipótesis que detalla cual es la respuesta tentativa al problema y finalmente el señalamiento de variables que determinan las variables que pueden afirmar o negar la investigación.

CAPÍTULO III: En este presente capítulo se plantea la metodología en la cual se aplicó la técnica de la encuesta, dirigida a autoridades ligadas al sector turístico, a los servidores turísticos y a una media estacional de turistas adquiridos desde un muestreo no probabilístico para visualizar de forma directa el problema, lo que sirvió para obtener una información oportuna, la misma que dio sustento a la tesis de investigación.

CAPÍTULO IV: Este capítulo trata sobre el análisis y la interpretación de los resultados adquiridos en las 445 encuestas aplicadas y se emplea un método estadístico denominado Chi cuadrado para poder llegar a la verificación de la hipótesis que menciona que los atractivos turísticos si influye en el desarrollo turístico de la parroquia la Matriz del cantón Patate.

CAPÍTULO V: En esta parte de la investigación se describe las conclusiones necesarias para tener una idea clara sobre la situación de los atractivos turísticos y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia la Matriz del cantón Patate dando la debidas recomendaciones, entre ellas la elaboración de la propuesta.

CAPTULO VI: Se expone la propuesta como una alternativa de solución al problema, la que consiste en una aplicación turística digital con los atractivos turísticos de la parroquia la Matriz del cantón Patate, describiendo la justificación que señala su importancia, la fundamentación teórica, el marco lógico que establece como será realizada la propuesta para poder solucionar el problema establecido en los capítulos anteriores.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema

“LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA LA MATRIZ DEL CANTÓN PATATE PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización

A nivel mundial la OMT. (Agosto, 2013) mediante el World Tourism Barometer menciona que: La llegada de turistas internacionales creció un 5% durante la primera mitad del 2013 con respecto al mismo período en el 2012, llegando a casi 500 Millones de visitas.

Esta cifra muestra que el turismo está creciendo a grandes escalas y los atractivos turísticos que poseen cada uno de los países, permiten que esta actividad no se desarrolle de forma aislada, si no, que exista una conexión de atractivos permitiendo el avance en conjunto del turismo.

En Latinoamérica existen países reconocidos por su diversidad biológica y grandes extensiones de un ambiente natural, que por lo general son únicos, así como especies endémicas que exclusivamente se las pueden observar en América Latina.

En la revista la CapitalMadrid.com (Publicado 2012), “El turismo comienza a convertirse en uno de los grandes vectores de desarrollo económico para Latinoamérica... rubro convertido en pilar estratégico para países como Ecuador,

donde la actividad turística es relevante a la hora de captar ingresos, divisas e inversiones y de generar riqueza y empleo...”

Latinoamérica inicia a ser descubierta por varios países y por lo tanto se incrementa el deseo a visitarla, esto es algo que antiguamente no sucedía, ya que, por considerarse a los países latinoamericanos como subdesarrollados el interés por realizar turismo era escaso, ahora se busca nuevas alternativas turísticas consiguiendo que Sudamérica se posicione en el mercado a nivel mundial.

Este año el turismo ecuatoriano arranco con cifras positivas al registrar 1,117.408 entradas de turistas extranjeros al país, hasta el mes de octubre, provenientes principalmente de Colombia, Estados Unidos, Perú, Alemania y Reino Unido. (MINTUR, 2013).

El Ecuador es un país privilegiado por encontrarse en la zona ecuatorial y estar atravesado por la cordillera de los Andes, es por ello que cuenta con un sin número de sitios turísticos, el más conocido a nivel internacional son las Islas Galápagos, convirtiéndose en una tendencia para visitar.

A pesar de su limitada extensión territorial (284 000 km²), Ecuador es uno de los 17 países en todo el mundo que han sido clasificados como mega diversos por el grupo de Conservación Internacional y el en 2013 gana los World Travel Awards como mejor destino verde del mundo.

Además Ecuador ha sido categorizado como el país de los cuatro mundos y un destino como estrategia de promoción dividiéndose así en: los Andes, la Costa, la Amazonía y las Islas Galápagos, cada uno con diversidad de flora, fauna y ecosistemas, por lo tanto, este territorio conforma una gran gama de atractivos turísticos.

Con una amplia diversidad y ubicación geográfica, Ecuador posee rincones declarados Patrimonio Cultural de La Humanidad por la UNESCO. En 1978 las Islas Galápagos fueron declaradas Patrimonio Natural de la Humanidad. Otros lugares que tienen el reconocimiento de la UNESCO son las ciudades de Quito,

Cuenca, el Parque Nacional Sangay, la tradición y lengua de la nacionalidad Zápara y la Reserva Marina de las Islas Galápagos.

La provincia de Tungurahua está ubicada en el centro de los Andes ecuatorianos. Limita al norte con Cotopaxi, al sur con Chimborazo, al este con Napo y Pastaza y al oeste con las provincias de Bolívar y Cotopaxi.

Tungurahua posee una superficie de 3 334 kilómetros cuadrados y su capital, Ambato, está a 2 557 metros sobre el nivel del mar. Es la provincia más pequeña del Ecuador en superficie, representando el 1,24% de la superficie nacional.

La provincia está dividida en nueve cantones de los cuales el más conocido nacional como internacionalmente es Baños, ya que gracias a su ubicación geográfica y el emprendimiento desarrollado en ese sector, ha llegado a posicionarse como uno de los polos turísticos más notables del país.

Sin embargo la provincia cuenta además con otro cantón que es Patate, ubicado a 40 minutos de la ciudad de Ambato, su clima templado seco primaveral origina una variada y gran producción de hortalizas, cereales, legumbres, frutas y coloridas flores.

Según la Estrategia Provincial de Turismo de Tungurahua, Patate posee una extensión territorial de 314.7 km² con una población total de 13.636 habitantes, la población del cantón Patate representa el 2.7% del total de la población de la provincia de Tungurahua.

El cantón del Patate posee características importantes por encontrarse en un valle en donde el clima y la vegetación lo convierten en un lugar muy acogedor, ya que dispone de variados sitios de singular belleza escénica que van desde riveras junto a los ríos, el ambiente lacustre, cascadas, montañas, caminos pintoresco hasta miradores naturales al volcán Tungurahua.

El Parque Nacional Llanganates, dispone del 52% del área total del Cantón, reconocido a nivel internacional por la sociedad científica al albergar una diversidad de especies.

La cabecera cantonal es Patate Centro y políticamente el cantón cuenta con cuatro parroquias: Los Andes, El Sucre, El Triunfo y La Matriz.

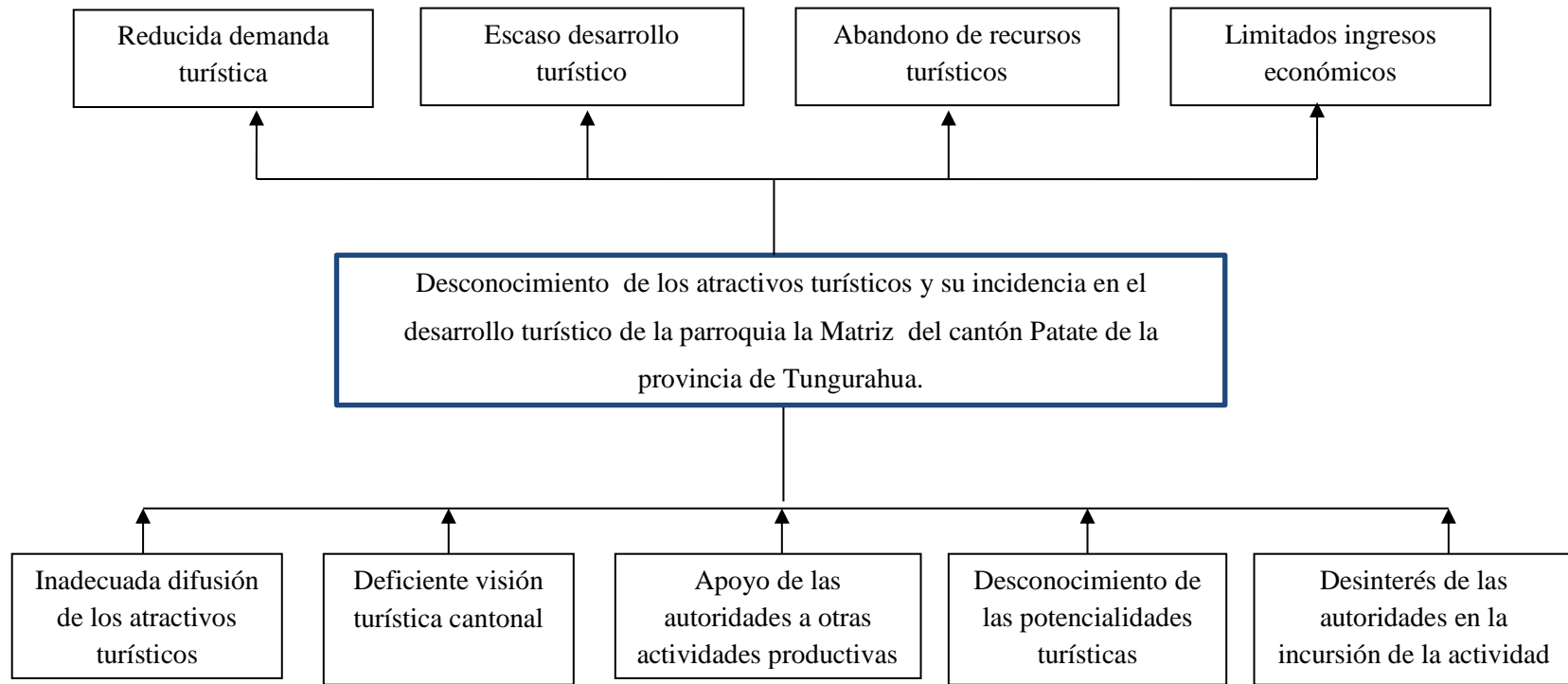
La parroquia la Matriz se encuentra localizada en la parte occidental del Cantón Patate, con una población de 8154 habitantes que corresponde al 60.41% del total de la población del Cantón.

La Matriz posee muchos atractivos tanto naturales como culturales, los cuales no han sido muy conocidos, ni siquiera por los propios habitantes, debido a que existen varias restricciones como lo estipula la Estrategia Provincial de Turismo de Tungurahua en la que se especifican seis puntos importantes entre ellos la promoción turística escasa, limitada capacitación a prestadores de servicios turísticos y a comunidades y un presupuesto municipal limitado, sin permitir que exista un mejor desarrollo turístico.

A pesar de ello la parroquia cuenta con una red vial en buenas condiciones, seguridad, calidad paisajística, gastronomía destacada en la elaboración de vinos y arepas, la devoción por acudir a las festividades en honor al Señor del Terremoto celebradas durante los primeros días del mes de Febrero, entre otros atractivos que han permitido que los turistas acudan a la parroquia para disfrutar de sus recursos turísticos aunque en un gran porcentaje lo hace para realizar excursionismo.

1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO

Gráfico 1 Árbol de problemas



Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

El desconocimiento de los atractivos turísticos y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia la Matriz del cantón Patate ha sido provocada por la inadecuada difusión de los atractivos turísticos, los cuales son poco promocionados porque las autoridades no se han interesado en la sociabilización ni el reconocimiento de los mismos, sin tomar en cuenta temas tecnológicos que son de fácil acceso y están en la vanguardia en la actualidad como herramientas para publicitar un destino y además sin considerar que este aspecto es un potencial para impulsar el turismo de la parroquia.

Sin embargo, otra causa que genera dudas es la deficiente visión turística cantonal, cuyo enfoque está plasmado prioritariamente en otras actividades de producción, que principalmente en la actualidad es la agricultura, dejando de lado la dinamización de nuevas inversiones en el turismo, causado en gran parte por el desconocimiento de las potencialidades turísticas y sus beneficios tanto sociales, culturales, ambientales y económicos.

Consecuentemente, el desinterés de las autoridades en la incursión turística no permite que se generen adecuadas planificaciones turísticas e innovadores proyectos para el impulso del turismo, dando como resultado una población desvinculada con este sector, sin tomar en cuenta que es un tema que beneficia directamente a la parroquia y que precisamente contribuiría a su desarrollo gracias a la obtención de mayores ingresos económicos provenientes del turismo.

Todos estos aspectos tienen como efecto la reducida demanda turística dando como resultado que se identifique como un lugar poco visitado y por lo tanto se pierde el interés del turista por acudir a esta zona, sin posicionar a la parroquia como un destino turístico en el mercado, llegando de esta forma a perder emprendimientos que optimizarían el escaso desarrollo turístico y efectuando un abandono de los recursos y un alto impacto ambiental que contamina y deteriora el ambiente, consiguiendo así que los ingresos económicos sean limitados y no se genere el movimiento y la reactivación económica que provoca el turismo.

1.2.3 Prognosis

Si no se realiza la presente investigación, no se podrá dar a conocer o promocionar los atractivos turísticos, ni se conseguirá posicionar al cantón dentro del mercado, como un destino turístico, por ende no se generan nuevas plazas de empleo para los habitantes, debido a que no existirá gran afluencia de turistas, además no se logrará poner en práctica políticas de sostenibilidad y sustentabilidad, que son importantes para el avance del turismo en el cantón.

1.2.4 Formulación del Problema

¿Cuál es la incidencia de los atractivos turísticos en el desarrollo turístico del sector la Matriz del Cantón Patate Provincia de Tungurahua?

1.2.5 Preguntas directrices

- ¿Qué tipo de atractivos turísticos se encuentran en el sector la Matriz del cantón Patate?
- ¿De qué manera se realiza el desarrollo turístico del cantón Patate?
- ¿Qué alternativas de solución se pueden encontrar ante la problemática encontrada?

1.2.6 Delimitación del objeto de investigación

1.2.6.1 Delimitación del contenido:

- **Campo:** Turismo
- **Área:** Sistema Turístico
- **Aspectos:** Actividad turística y desarrollo turístico

1.2.6.2 Delimitación espacial:

Esta investigación se realizó en la Parroquia la Matriz del Cantón Patate, Provincia de Tungurahua.

1.2.6.3. Delimitación temporal:

La presente investigación se desarrolló durante el período de octubre 2013 - enero 2014.

1.3 Justificación

La razón de realizar este proyecto es porque los atractivos turísticos son la base fundamental para emprender un adecuado camino hacia el desarrollo turístico especialmente cuando se lo realiza en sitios o lugares que representan una nueva opción para ser visitadas.

El interés del estudio de los atractivos turísticos permite descubrir y dar a conocer a los habitantes, que la parroquia cuenta con un destino entretenido, con recursos naturales y culturales, con tradiciones vivas del lugar, gente amigable, para que todo esto sea observado, valorado y promocionado.

El presente trabajo es de utilidad ya que, servirá como un instrumento de información turística del cantón y dará impulso al desarrollo turístico, el cual va a crear conciencia, valorando los recursos existentes en la parroquia, porque el turismo es una alternativa que fortalece el nivel organizativo y beneficia a todos, siendo una actividad social y económica que requiere de participación continua para su desarrollo.

Hoy en día mucho se habla de turismo, por el hecho que brinda varios beneficios puesto que, es una fuente de esperanza, una alternativa en la construcción del desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida, gran pilar de la economía y crecimiento paulatino del sector, pues es una manera de crear fuentes de empleo para pobladores, beneficia además a las personas que tienen el interés por generar turismo en el área, así como turistas quienes podrán visitar este lugar.

Este proyecto es factible ya que cuenta con el conocimiento obtenido a lo largo del estudio de la carrera, además con la Bibliografía necesaria que puede ser adquirida en la biblioteca de la institución, junto al tiempo necesario para realizar el mismo y sobre todo cuenta con el apoyo de las autoridades del Gobierno

Autónomo Descentralizado del Cantón Patate quienes están dispuestas a brindar la información pertinente y necesaria.

1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivos Generales

Determinar la incidencia de los atractivos turísticos en el desarrollo turístico de la Parroquia la Matriz del cantón Patate provincia de Tungurahua.

1.4.2 Objetivos Específicos

- ❖ Indagar los atractivos turísticos de la Parroquia la Matriz del cantón Patate provincia de Tungurahua.
- ❖ Analizar el desarrollo turístico de la Parroquia la Matriz del cantón Patate provincia de Tungurahua
- ❖ Proponer una alternativa que permita la solución ante la problemática encontrada.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos

Para la presente investigación se tomaron los siguientes trabajos investigativos.

Según Arévalo Agualongo Rosa Cristina en sus tesis titulada “Inventario de manifestaciones culturales y sitios naturales de la parroquia San Simón cantón Guaranda” publicada en el año 2010, para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas de Turismo y Hotelería de la Universidad Estatal de Bolívar, concluye que:

- Las autoridades de la parroquia consideran muy importante la elaboración de un inventario de sitios naturales y manifestaciones culturales existentes en cada 43 comunidades, ya que por medio de esto se obtiene una base de datos con la cual se trabajaría en proyectos turísticos para un desarrollo socioeconómico de la parroquia.
- Para obtener un desarrollo turístico en la parroquia, los habitantes si están dispuestos a compartir sus costumbres y tradiciones con turistas, ya que tienen la esperanza de generar actividades de turismo comunitario para sobresalir y mejorar su economía, manteniendo en buen estado la naturaleza y rescatando su cultura.

Además recomienda:

- Realizar charlas, capacitaciones a los moradores sobre la importancia de turismo, y los beneficios de conservación del medio ambiente, protección de páramos y mantenimiento de la identidad cultural que es apto para el turismo.
- Que el inventario de recursos naturales y manifestaciones culturales sirva de base de datos para que los habitantes se sientan motivados a iniciar la práctica

de actividades turísticas, y compartan su cultura con turistas nacionales y extranjeros, proponiendo un turismo comunitario en la parroquia San Simón.

Análisis Crítico

Después de analizar las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada por AREVALO, R. (2010), se puede mencionar que al poder obtener una base de información la parroquia se desarrollará mucho mejor, ya que los atractivos con los que cuentan son un fuerte potencial turístico.

Así mismo en otro trabajo investigativo Maldonado Chalá Alexandra Josefina y Portilla Proaño Diana del Carmen en su tesis titulada “Diagnostico de los atractivos turísticos del centro histórico de la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura y su difusión para la promoción de la ciudad” publicada en el año 2011 para la obtención del título de Licenciada en la Especialidad de Ecoturismo de la Universidad Técnica del Norte, concluye que:

- Un alto porcentaje de las personas están conscientes que no se valora y se preserva el patrimonio de la ciudad, y que las autoridades no le prestan la debida atención al mismo.
- Un alto grupo de la población aprecia que se debería dar a conocer las riquezas culturales del centro histórico de la ciudad, a través de un proyecto de difusión.
- Las estrategias de difusión del patrimonio existentes son deficientes y no abarcan a toda la población.

Además recomienda

- Que las autoridades competentes de la ciudad tomen la iniciativa, realizando una campaña de restauración de los diferentes atractivos en especial los que se encuentran en un estado deplorable.

- Que todas las instituciones gubernamentales de la ciudad, que tienen relación con el turismo organicen una campaña agresiva de difusión del patrimonio cultural.
- Inculcar a la ciudadanía el cuidar y conservar el patrimonio cultural de la ciudad y su entorno.

Análisis Crítico

Tomando en cuenta las conclusiones y recomendaciones de MALDONADO, C. Y PORTILLA, D. en su investigación sobre el diagnóstico de atractivos turísticos se puede destacar que se necesitan investigaciones y capacitaciones que permitan a los habitantes un mayor aprendizaje en este tema y así la población conozca y se preocupe por los atractivos que poseen.

Finalmente se encontró la tesis de Puente Lucero Gloria Paulina titulada “Promoción turística de la ciudad de Ambato y su importancia en el desarrollo turístico de la provincia de Tungurahua durante el periodo octubre 2008 hasta abril 2009, para obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Educación, Mención de Turismo y Hotelería de la Universidad Técnica de Ambato concluye que:

- Es fundamental la promoción turística de la ciudad de Ambato para el desarrollo cultural, económico y social del sector.
- A través de esta investigación está ayudando e incentivando a la promoción de la ciudad de Ambato y de esa manera darse a conocer por los turistas nacionales e internacionales.

Además recomienda:

- Realizar un taller de capacitación para las personas dedicadas a proporcionar servicios turísticos.
- Crear más material promocional y entregar a todo establecimiento turístico y de esa manera proporcionar al turista para que Ambato se haga más conocido.

Criterio Personal

Después de analizar la investigación de PUENTE, G. en su investigación sobre promoción turística se deduce que es fundamental la promoción de nuevas rutas, lugares o formas de realizar turismo para que esto se vuelva más atractivo para el turista y se interese por conocer ese lugar, aun cuando es algo nuevo, esto permitirá que más segmento de turistas se beneficien de esta actividad.

2.2 Fundamentación Filosófica

El presente trabajo está promulgado en el Plan Nacional del Buen Vivir, cuyo objetivo importante es mejorar la calidad de vida de los pobladores, convirtiéndose entonces en los principios y orientaciones del nuevo pacto social, no obstante, el Buen Vivir está constituido por objetivos que están planteados como la base del desarrollo siendo el más importante para esta investigación el garantizar la sostenibilidad ambiental.

La sostenibilidad nace a raíz de impactos ambientales como el desgaste alarmante de los suelos, la extinción de especies animales y vegetales, la contaminación, entre otros, ocasionando un deterioro para el planeta, esto impide que los sitios naturales permanezcan en el tiempo, para la utilización de las futuras generaciones, la sostenibilidad propone frenar este impacto, empezando a cuidar el planeta, a salvaguardar a la sociedad y la localidad, entonces así, en manera conjunta entre la naturaleza y el hombre, se logrará un trabajo que permitirá que el turismo como fuente de desarrollo, ponga en claro las reglas y normas que se debe llevar para realizar una actividad turística sostenible y sin perjudicar a ningún pilar.

2.3. Fundamentación Legal

El presente trabajo de investigación está respaldado en la parte legal y jurídica por lo que sustentan algunos artículos de la Constitución de la República del Ecuador (2008), Ley de Turismo (2002) y Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión (2010).

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

TÍTULO II

DERECHOS

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, Sumak Kawsay.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 73.- El Estado aplicará medidas de precaución y restricción para las actividades que puedan conducir a la extinción de especies, la destrucción de ecosistemas o la alteración permanente de los ciclos naturales.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

3. Defender la integridad territorial del Ecuador y sus recursos naturales.
6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.
13. Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos.

TÍTULO VII

REGIMEN DEL BUEN VIVIR

Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

LEY DE TURISMO DEL ECUADOR

CAPÍTULO I

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.

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

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- 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;

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

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- d) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- e) Fomentar e incentivar el turismo interno.

CAPÍTULO VII

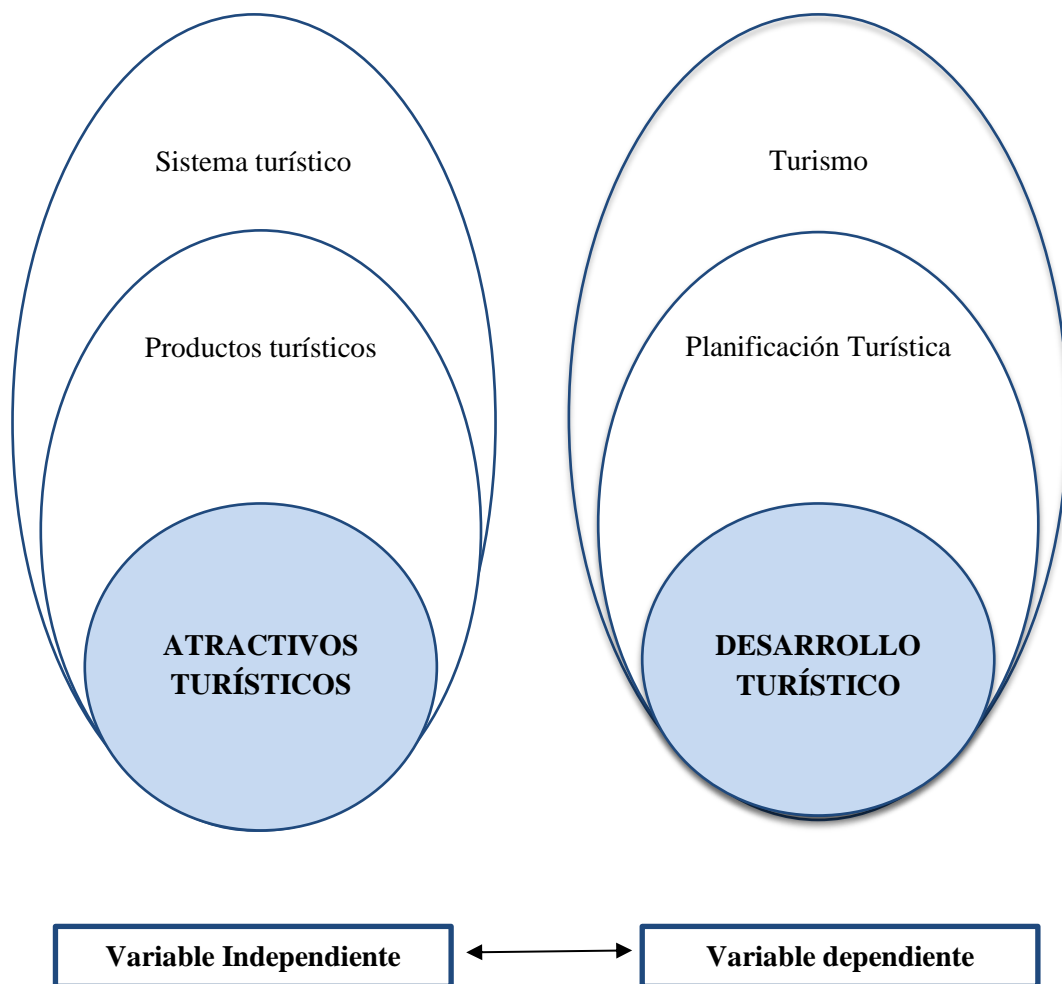
Art. 33.- Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIÓN

Art.- 2 **Actividad Productiva.-** Se considera actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

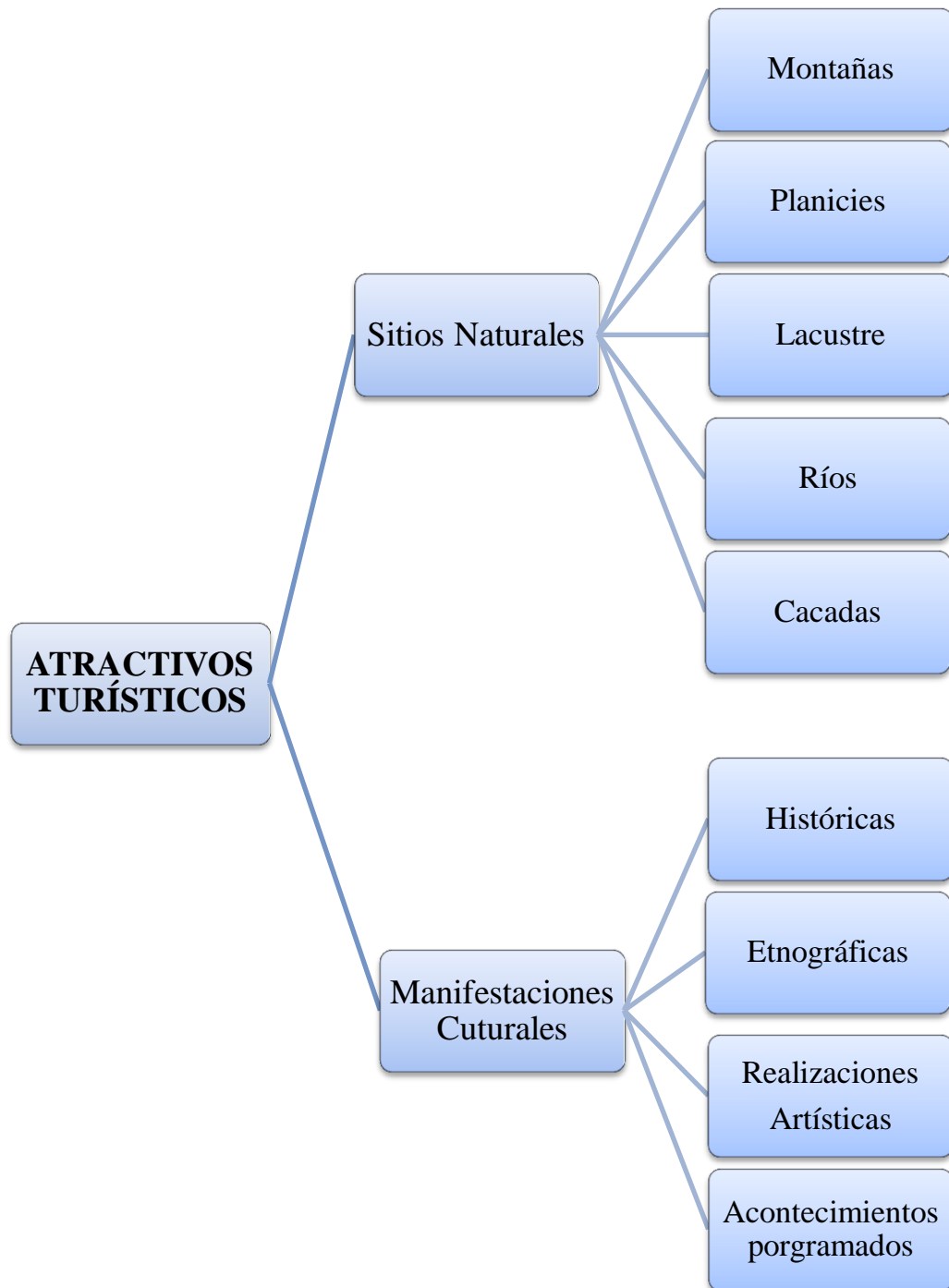
2.4. Categorías Fundamentales

Gráfico 2: Superordinación Conceptual (Red de Inclusión conceptual)



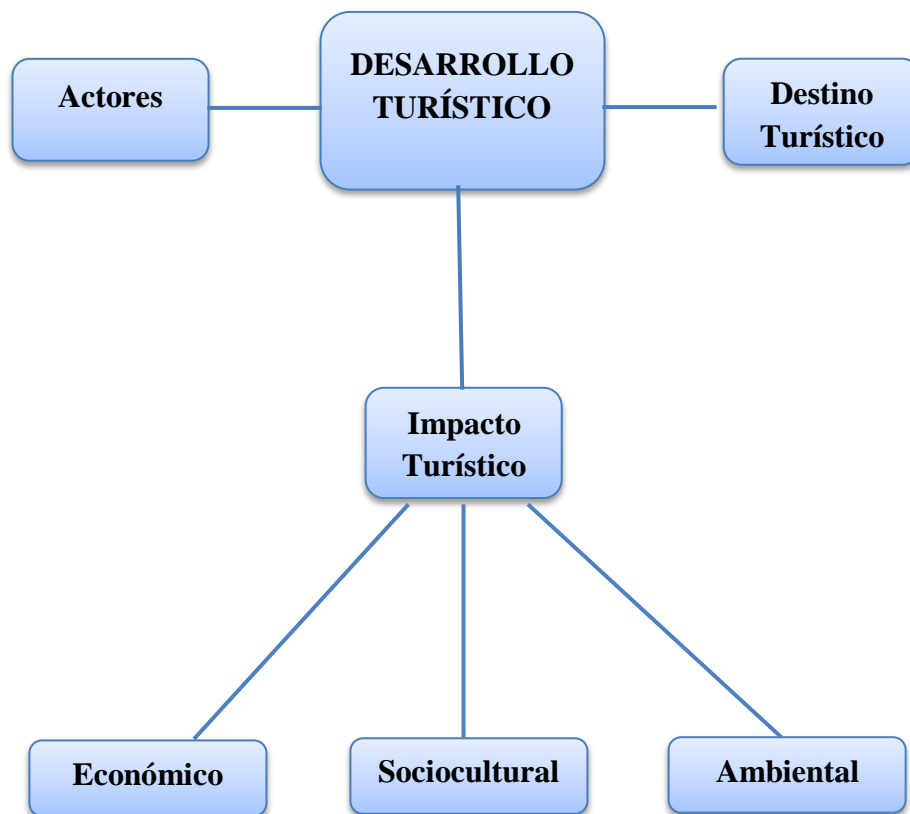
Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 3: Subordinación Conceptual (Variable Independiente)



Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 4: Subordinación Conceptual (Variable Dependiente)



Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

2.4.1. Fundamentación Teórica de la Variable Independiente

SISTEMA TURÍSTICO

El sistema turístico es definido por **BOULLÓN, R. (2004)**, como “Conjunto de elementos (demanda turística, oferta turística, producto turístico, planta turística, atractivos turístico, infraestructura y superestructura) que se relacionan e interactúan entre si para poner en funcionamiento a dicho sistema”.

Según **SANTANA, A. (1997)**, “el sistema turístico es un modelo conceptual de proceso formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones y, hasta cierto punto, localización espacial, que se enlazan racionalmente entre sí por medio de los principios o reglas del mercado (oferta, demanda y regulación)”.

En otro punto de vista, **ACERENZA, M. (1995)**, cita a Neil Leiper, quién desde la óptica de la Teoría General del Sistema, señala que el turismo “es un sistema abierto, de cinco elementos, interactuando en un amplio medio ambiente. Siendo estos elementos: uno dinámico, el turista; tres geográficos: la región generadora, la ruta de tránsito y la región de destino, y un elemento económico, la industria turística”.

Por su parte la **OMT (2008)**, respecto al sistema turístico sostiene que “es un conjunto de elementos interrelacionados entres sí que evolucionan dinámicamente. Concretamente se distinguen cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística: demanda, oferta, espacio geográfico, operadores de mercado”

Se comprende entonces que el sistema turístico se encuentra conformado por un conjunto de cuatro elementos constituidos por atractivos, infraestructura, superestructura y planta turística, los mismos que deben estar relacionados entre si, para que el sistema turístico entre en funcionamiento y se realice la actividad turística.

PRODUCTO TURÍSTICO

Según **ACERENZA, M. (1995)**, menciona que “un producto es el conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. Es la amalgama entre: atractivos, alojamiento y entretenimiento”.

Por otra parte, **CÁRDENAS, F. (1991)**, define que: "el producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista".

En el **PLANDETOUR 2020** se cita a **CHIAS (2003)**, donde: “Se define por producto turístico a una propuesta de viaje, estructurada desde los recursos, a la que se incorporan servicios turísticos: transporte, alojamiento, guías de viajes, etc. Por lo tanto, el producto deberá reunir como requisitos tres atributos fundamentales que son: atractivo, facilidades y accesibilidad. En general hay en Ecuador tres líneas de productos claves: Ecoturismo-Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural y Turismo de Deportes-Aventura, que configuran el mayor volumen de la oferta.

Además de las líneas de productos antes mencionadas el **PLANDETOUR 2020** establece a las siguientes:

“Ecoturismo y turismo de naturaleza, turismo cultural, turismo de deportes y aventura, convenciones y congresos, turismo de salud, turismo de sol y playa, agroturismo y turismo comunitario.

Las ofertas de estas líneas de producto es muy heterogénea, ya que junto a un pequeño grupo de productos Estrella y productos “A” aparecen productos de un valor potencial bajo, que únicamente tienen sentido como oferta complementaria para el turismo interno.

El ranking de los productos y recursos valorados que permiten establecer el siguiente ranking sobre su Valor Potencial:

Productos Estrella

- Islas Galápagos, Patrimonio Natural de la Humanidad: Darwin ya lo dijo, son únicas

Productos A

- Quito, Patrimonio de la Humanidad, Toca el Cielo
- Cuenca, Ciudad Patrimonio de la Humanidad, Naturaleza y Cultura.
- Parque Nacional Yasuní, Reserva Internacional de Biósfera.
- Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, la Amazonía Lacustre.
- Parque Nacional Sangay, Patrimonio Natural de la Humanidad.
- Otavalo y su mercado indígena, capital intercultural del Ecuador.
- Parque Nacional Cotopaxi, junto al volcán que enamora.
- La Avenida de Los Volcanes, hacia la búsqueda de los Colosos.
- Napo Wildlife Center.
- Reserva Ecológica Kapawi, el ecolodge y reserva natural.
- Reserva Ecológica Kapawi, el ecolodge y reserva natural.
- Bosque Nublado de Mindo Nambillo, el área con mayor diversidad del mundo”¹.

Finalmente la **OMT, (1998)**, puntualiza al producto turístico como: “El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores”.

Se entiende que el producto turísticos es el conjunto entre bienes y servicios que se unen para brindar al turista una satisfacción en cuanto a necesidades, requerimientos o deseos, considerándose importante que para su estructuración se tome en cuenta la accesibilidad, las facilidades y sobretodo que los atractivos turísticos estén presentes.

¹ PLANDETUR 2020. (2007), Bases estratégicas del turismo sostenible en el Ecuador.

ATRACTIVO TURÍSTICO

LUNDBERG, D. (1986), menciona que: “Los atractivos turísticos son por definición todo aquello que atrae al turista, y constituye una parte importante del turismo. Estos toman diversas formas que según parecen solo están limitadas por la imaginación”.

En la metodología de Inventarios Turísticos del **MINTUR. (2004)**, se establece que: “los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos.

En la categoría de sitios naturales se reconocen los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistema de áreas protegidas.

En la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados”.

Se deduce entonces que los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que llaman la atención del turista, constituyendo una parte muy importante para el turismo, por lo cual se han dividido en dos grandes grupos, los cuales facilitan su estudio, conociéndose como manifestaciones culturales y los sitios naturales, que se sub dividen a su vez en varios sub grupos.

2.4.1.1. Fundamentación Teórica de la Subordinación Conceptual de la Variable Independiente.

SITIOS NATURALES

“Son todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motiva el sujeto a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo, con la finalidad de satisfacer necesidades de recreación y esparcimiento como lo son: las montañas, planicies, lagos, lagunas, ríos, cascadas, entre otros”. (MINTUR. 2004)

Se considera también sitios naturales a los lugares los cuales no han sido creados por la acción del hombre, es decir, que surgieron de la naturaleza o se desarrollaron con el transcurso del tiempo, siendo estos parte del medio ambiente como pueden ser, montañas, ríos, planicies, entre otros.

MONTAÑAS

“Las montañas son prominencias de suelo que se elevan y dominan el terreno circundante, o grandes elevaciones naturales del terreno.

- Alta montaña: Elevación de altura superior a los 4800 m.s.n.m.
- Cordillera: Cadena de montañas.
- Volcán: Montaña por cuyo cráter sale o ha salido magma (material rocoso incandescente o derretido), humo, llamas o lodo.
- Colina: Elevación del terreno menor que la montaña.
- Desfiladero: Paso estrecho entre montañas”. (MINTUR. 2004)

DICCIONARIO MANUAL DE LA LENGUA ESPAÑOLA LAROUSSE EDITORIAL (2007), “Elevación natural del terreno de gran altura, que destaca del entorno; tiene mayor altitud que una colina y un volumen superior al del monte”.

MARRERO, L. (1987), enuncia que las montañas son “las formas más bellas e impresionantes del relieve y dominan el paisaje natural sobre el cual se elevan. Aunque todos creemos tener una idea muy clara de lo que es una montaña, resulta difícil definirla, se acostumbra a decir que una montaña es una porción elevada de la superficie terrestre, cuya cima es puntiaguda o estrecha, de esta manera se intenta diferenciar las montañas de las mesetas, pues siendo ambas altas, las mesetas poseen extensas áreas llanas en su cima”.

PLANICIES

“Terrenos sin altos ni bajos pronunciados, terrenos llanos de alguna extensión.

- Llanura: Llano de gran extensión.
- Valle: Espacio entre dos montes o alturas. Cuenca de un río.
- Meseta: Llanuras recortada a intervalos, con laderas inclinadas o con escarpas verticales”. (MINTUR. 2004)

AMBIENTES LACUSTRES

“Los ambientes lacustres son el medio que rodea un conjunto de lagos, lagunas y Ciénegas.

- Lago: Gran masa de agua en extensas hondonadas de terreno.
- Laguna: Extensión de agua de menores dimensiones que el lago.
- Ciénega: Sitio lleno de lodo y / o vegetación propia.
- Pozas: Concavidad en la que han agua retenida.
- Cochas: Lagunas pequeñas, charcos.
- Pantanal: Grandes extensiones de tierra pantanosa o inundada, pero parcialmente con vegetación.
- Chacras Estacionales: Cochas o charcos que solo se forman en las estaciones lluviosas”.²

² MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (2004), Metodología de Inventarios Turísticos del MINTUR.

RÍOS

En el **DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA DE LA LENGUA (2001)**, se encuentra la definición de río como: “corriente de agua continua y más o menos caudalosa que va a desembocar en otra, en un lago o en el mar”.

“Los ríos son corrientes de agua continua que van a desembocar en otra corriente, lago o en el mar.

- Manantial o fuente: nacimiento de agua que aflora de un lugar de la corteza terrestre (pozo surtido).
- Riachuelo: Río pequeño y de poco caudal.
- Rápido o raudal: sector del curso de un río, en donde al ser mayor la pendiente o menor el ancho se acelera la velocidad de sus aguas.
- Cascada: catarata o salto, caída de agua desde cierta altura por el rápido desnivel del cauce.
- Ribera: margen y orillas del río, tierra cercana a los ríos aunque no estén en su orilla.
- Meandro: curva o recoveco en el cauce de un río.
- Vado: paraje de un río con fondo firme, llano y poco profundo por donde se puede parar andando, cabalgando o en vehículo.
- Remanso: lugar más profundo y calmo en el cauce de un río”.³

CASCADAS

MARRERO, L. (1897), “dice que la cascada es un despeñadero de agua que se produce al descender el agua de un río o un torrente, desde un lugar elevado de su lecho a otro más bajo”.

³ MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (2004), Metodología de Inventarios Turísticos del MINTUR.

El **DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA DE LA LENGUA (2001)**, indica que cascada es: “una caída desde cierta altura del agua de un río u otra corriente por brusco desnivel del cauce”.

MANIFESTACIONES CULTURALES

Para Organización Mundial del Turismo (OMT) en 1977 en la clasificación de los atractivos turísticos menciona que:

“Las manifestaciones culturales ponen en contacto la historia, el patrimonio, identidades y cultura de los pueblos, pero para que este proceso sea efectivo se debe concebir como una experiencia respetuosa de diálogo, contacto y aprendizaje intercultural, que implica valorar las culturas en su diversidad, conocerlas y reconocerlas”.

Son consideradas también actividades públicas ya que han venido desarrollándose en la sociedad de un determinado lugar, teniendo algo en común, como pueden ser danzas, música, arte, formas de vida, entre otras, permitiendo que las personas que viven en ese territorio se sientan identificadas con estas manifestaciones culturales.

HISTÓRICAS

Son el conjunto de sitios y manifestaciones de épocas pasadas, que se consideran de valor o aporte de una comunidad determinada y que permite al visitante conocer parte de los sucesos ocurridos en una región o país, reflejadas en obras de arquitectura, zonas históricas, sitios arqueológicos, o aquellos bienes elaborados como apoyo al desarrollo de una época y que actualmente se conservan en iglesias, conventos, museos y colecciones particulares. **(MINTUR. 2014)**

ETNOGRÁFICAS⁴

“Es el grupo de atractivos que dan a conocer las expresiones tradicionales que aún tienen vigencia en las costumbres de los pueblos.

Grupos Étnicos: Se refieren a los asentamientos que conservan rasgos relevantes propios de su cultura.

Arquitectura Vernácula: En este grupo recaen aquellas muestras de arquitectura autóctona de una región, donde se usan los materiales locales y el diseño está en armonía con el medio.

Manifestaciones Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares: Las creencias, leyendas y mitos, que forman parte de las características sociales de un asentamiento y que por tradición, generalmente verbal, subsisten en poblaciones menores del país.

Música y Danza: Otra muestra de las costumbres de los pueblos se expresa por la música y la danza, en muchos casos heredada parcial o totalmente de los antepasados o de los colonizadores. En la música y danza, generalmente se utilizan instrumentos propios y trajes típicos de un asentamiento.

Artesanía: Está conformada por los objetos que los moradores de una región elaboran, en gran proporción manualmente y utilizando los materiales locales.

Ferias y Mercados: Son los lugares de encuentro en aquellos pueblos donde campesinos indígenas del área exponen periódicamente, para la venta, los diferentes productos agrícolas, animales y artesanales.

Comidas y Bebidas Típicas: Son alimentos propios de cada región, preparados con fórmulas originales tradicionales y utilizando ingredientes del lugar”.

⁴ MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (2004), Metodología de Inventarios Turísticos del MINTUR.

REALIZACIONES ARTÍSTICAS

Comprenden aquellas manifestaciones de la sociedad actual en los campos técnicos, científico, minero, agropecuario, industrial, entre otros. La tecnología, en su proceso de desarrollo, cubre los diferentes sectores de la economía, y la función de conocimientos y difusión de tales hechos constituye atractivos para inventariar. (MINTUR. 2004)

REALIZACIONES ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS

Para el MINTUR. (2004), “esta categoría relaciona al grupo de atractivos cuya principal función es mostrar a los turistas y visitantes la celebración de eventos organizados actuales, en los cuales la población puede ser actora o espectadora.

Artísticos: Se incluyen los eventos relacionados con la música, teatro, cine, pintura, danza.

Fiestas: En este grupo se incluye los eventos religiosos, concursos, corridas de todos, rodeos, carnavales, etc.

Gastronomía: Son eventos que presentan el arte culinario de cocineros de fama y de países, así como a los expertos degustadores de potajes y delicadezas.

Rodeos: Reunión de ganado mayor para reconocerlo, para contar las cabezas, o para cualquier otro fin.

Ferias y Congresos: Comprenden las diferentes ferias donde se exponen y /o venden los productos según su especialidad, según el sector de la economía al que promocionan o el área geográfica que tengan de cobertura.

Congresos: Eventos que reúnen a gremios, expertos o grupos interesados en ciertas materias de la actividad humana.

Eventos Deportivos: Competencias, campeonatos, encuentros entre equipos o países u olimpiadas donde juegan o compiten los cultores de ciertas disciplinas deportivas”.

2.4.2. Fundamentación Teórica de la Variable Dependiente

TURISMO

El 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.⁵

Por otra parte se entiende por turismo como “el fenómeno resultante de una red de impactos socioeconómicos, culturales y ambientales generado por el desplazamiento y permanencia temporal de personas que, teniendo entre otros motivos, la recreación y el descanso, visitan lugares que ofrecen bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo.” (VALENCIA, J.).

Según: SANCHO, A. (2008), cita en el documento de introducción al turismo a los profesores de la Universidad de Berna, W. Hunziker y K. Krapf, que definen el turismo como: “la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”.

Por su parte MATHIESON y WALL (1982), determina que: “El turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas”.

Finalmente la **Organización Mundial del Turismo**, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

⁵ Definición de la Ley de Turismo del Ecuador (2011).

A través de los conceptos citados anteriormente se puede determinar que el turismo es una actividad que debe ser desarrollada de una manera consiente y planificada que permita un desarrollo equilibrado.

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

VALENCIA, J. (2012), menciona a la planificación turística como: “un conjunto de acciones dirigidas a encauzar o modificar el proceso de desarrollo de un país, región o localidad, hacia unos fines determinados en consideración con la política turística nacional o regional en armonía con los planes nacionales, regionales o locales de desarrollo económico y social”.

Según **PROATUR**, establece que la importancia de realizar un nuevo tipo de planificación turística se: “caracteriza por la incorporación de conocimiento a un proceso participativo con agentes de desarrollo territorial. Los tres ejes del proceso: conocimiento, capital social y capital humano son parte de una intervención sistémica destinada a producir desarrollo territorial a través del turismo sustentable. El futuro está abierto a múltiples opciones y la reflexión prospectiva precisamente intenta construir futuro con los sectores. Los autores sostienen que la metodología prospectiva (o de previsión humana y social), puede ser extremadamente potente al ser usada por ejemplo en una región de elevada pobreza pero con vocación turística”.

Por otro lado **OMT. (2008)**, señala que: “La planificación de la actividad turística, a todos los niveles, permite una gestión racional de los recursos, evitando un desarrollo desequilibrado de los mismos o su desaprovechamiento, y de esta manera, ayuda a preservar los beneficios económicos, sociales y medioambientales del turismo, al tiempo que minimiza sus costes”.

DESARROLLO TURÍSTICO

Se define como la adecuada optimización de los recursos disponibles para definir un plan de trabajo que sepa aunar y coordinar el medio ambiente, sanidad, legislación, urbanismo, ingeniería y otras disciplinas para definir el modelo de desarrollo turístico que se desea seguir. OMT. (1994).

Por otra parte la profesora de la Universidad de Valencia SANCHO, A. menciona que: “Al turismo se le considera como un sector generador de oportunidades, capaz de crear negocios y empleo (fundamentalmente de mujeres y jóvenes) potenciador de crecimiento y desarrollo de un área, estímulo importante para proteger el medioambiente y las culturas autóctonas, y desarrollo mecanismos que conduzca a la paz y el entendimiento de los pueblos.

Pero junto con estos aspectos positivos que implícitamente trae consigo el desarrollo turístico, son numerosos los problemas asociados a este mismo desarrollo (fugas de riqueza, impactos negativos socioculturales y medioambientales, etc.)

Por lo tanto para que el balance entre los aspectos positivos y negativos de esta actividad sea realmente evidente, es necesario que exista un desarrollo y planificación integral de las áreas donde se desarrolla el negocio turístico y un firme propósito de dirigir una estrategia nueva: turismo relacionado con las necesidades de los pobres.

Así lo han puesto de manifiesto en los dos últimos foros de desarrollo sostenible (Johannesburgo 2002, cumbre de las Naciones Unidas para el desarrollo sostenible 1999) donde se insta a los gobiernos a aprovechar al máximo las posibilidades del desarrollo turístico con miras a erradicar la pobreza, elaborando estrategias adecuadas con todos los agentes y las comunidades locales.

El turismo por lo tanto, ha reconocido todos los derechos de la ideología del desarrollo de las últimas décadas. La noción del “turismo y desarrollo” debe entonces comprenderse dentro del contexto general de “ayuda al desarrollo”, con

el convencimiento de que el turismo puede conducir a los países menos avanzados a aumentar su participación en la economía mundial”.⁶

2.4.2.1. Fundamentación Teórica de la Subordinación Conceptual de la Variable Dependiente

DESARROLLO TURÍSTICO

“El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneo para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleo o la generación de ingresos”. **PEARCE (1991)**.

Esta definición puede dividirse en dos partes: la primera hace mención a la estructura socio productiva que se lleva a cabo en los destinos turísticos y la segunda se refiere al impacto económico de la actividad turística.

Por lo tanto el desarrollo turístico implica un intercambio entre sociedades y culturas diferentes, optimizando los recursos y proporcionando el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, consiguiendo una mejor calidad de vida en la población.

DESTINO TURÍSTICOS

Si bien el turismo se conceptualiza a partir del desplazamiento de visitantes desde un lugar a otro, el desarrollo turístico se enfoca en el destino.

VALLS, J. (2004), define “al destino turístico de un país, de región, de estado de ciudad o de lugar como un espacio geográfico determinado, con rasgos propios del clima, raíces, infraestructura y servicios con cierta capacidad administrativa

⁶ SANCHO, A. Jornadas Internacionales para un turismo justo: Un reto para el Turismo y Desarrollo: <http://www.uv.es/~sancho/Turismo%20y%20desarrollo.pdf>

para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquieren centralidad atrayendo al turista mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; poseedor de un marca, y que se comercializa teniendo en cuenta su característica general”.

ACTORES DEL TURISMO⁷

- Los gobiernos

La presencia de los gobiernos en las actividades de turismo social es muy variada, dependiendo su grado de implicación de razones históricas, ideológicas y de configuración social. En algunos países, el Gobierno, tanto del Estado, de las regiones o de las administraciones locales, toman a su cargo ayudas financieras importantes. Con frecuencia esas ayudas están segmentadas a diversos colectivos: jóvenes, personas con discapacidad, personas desfavorecidas, etc. En la actualidad se están dando pasos por parte de los Gobiernos para traspasar los límites nacionales de sus programas de turismo social bajo formas de intercambio transnacional.

- Los empresarios

Es importante considerar que existen experiencias, como el Cheque Vacaciones, en que los empresarios contribuyen económicamente a facilitar las vacaciones de sus empleados. Por otra, hay que tener en cuenta que, tal y como se ha dicho, el turismo social es una actividad económica de gran relevancia y potencia y como tal atrae a empresarios del sector turístico que ven en esa realidad un incremento de su actividad de prestación de servicios o de intermediación.

⁷(OITS) ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE TURISMO SOCIAL, (2013):
<http://www.bits-int.org/es/index.php?menu=1&submenu=3>

- Los trabajadores

Las organizaciones de defensa de los trabajadores, los sindicatos, han tenido desde el origen del turismo social una muy importante presencia en la actividad turística, como forma de obtener beneficios para sus afiliados. Esa presencia se manifiesta tanto con el soporte de infraestructuras materiales, ciudades de vacaciones, residencias, etc. como de simple servicio especializado.

- Las asociaciones especializadas

Entre ellas merece citarse el caso de las cooperativas de consumo que disponen en algunos países de amplias redes de agencias para canalizar el turismo social. Merecen citarse las organizaciones juveniles y las medioambientales que actúan en ese ámbito. En este apartado merecen también citarse los organismos de carácter asociativo de las propias organizaciones dedicadas al turismo social.

A través de la investigación se entiende que los actores del turismo son la personas que están directamente relacionadas con la actividad turística y que su presencia en esta área permite que se realice una adecuada planificación y desarrollo del turismo ya que, cada agente involucrado debe ocupar el lugar que le corresponde dentro de este círculo y actuar en coordinación con los demás actores para que de esta forma se produzca un beneficio para el desarrollo turístico.

IMPACTOS TURÍSTICOS

El desarrollo de la actividad turística tiene consecuencias sobre el lugar, destino, ciudad, región, país en que se desarrolla ya que, el turismo no es considerado como una actividad neutral, es decir que no solamente existe un beneficiario.

Se denomina impactos a las consecuencias, que pueden ser positivas y negativas, se puede analizar dichos impactos en función de tres dimensiones: impactos económicos, impactos medioambientales e impactos socioculturales.

IMPACTOS ECONÓMICOS

La actividad turística genera un ingreso de divisas importante para el país, en el Ecuador, el ingreso de divisas por concepto de turismo ha sido 1.038,7 millones de dólares en el 2012 según datos estadísticos del MINTUR.

Así pues, la actividad turística genera movimientos de capital entre diferentes zonas de un país y entre países, impulsando otras actividades productivas, revalorizando los recursos autóctonos o equilibrando balanzas de pagos nacionales.

Además el desarrollo turístico no sólo atrae inversión en la construcción, sino que, genera impuestos públicos, y al forjar empleo en el destino, permite aumentar la renta de las familias y por lo tanto mejorar su calidad de vida.

El empleo generado por el turismo se puede distinguir en tres formas: directo, es decir que es generado directamente de la actividad turística como los empleados de un hotel, empleo indirecto generado de otros sector, cuya existencia no depende en general del turismo como un taxista y el inductivos que es el empleo generado por la demanda de bienes y servicios.

El desarrollo de la actividad turística puede tener otros efectos económicos positivos. El ecoturismo o el turismo comunitario en años más recientes ha permitido que zonas deprimidas y con escasas posibilidades económicas tengan la oportunidad de generar empleo y riqueza.

IMPACTOS SOCIOCULTURALES

En términos simples se puede decir, que los impactos socioculturales son impactos sobre la gente, esto es, los efectos que tienen los visitantes sobre los residentes habituales y fijos de la comunidad. (SANTANA, A. 1997).

El turismo establece relaciones entre sociedades y culturas muy diferentes, debido al contacto que mantienen cuando el turista llega a una localidad, se puede esperar entonces que esta interrelación tenga efectos tanto positivos como negativos.

Los impactos sociales son cambios que pueden ser provocados en la vida de las personas que habitan en los destinos turísticos, y se relaciona con el contacto que existe entre el habitantes y los turistas. Los impactos culturales son las variaciones provocadas en las artes, útiles, formas de vida, costumbres, rituales y arquitectura de la comunidad local, cambios a largo plazo, causadas debido al desarrollo turístico. Los impactos culturales pueden afectar a la memoria de la gente y provocar una pérdida de identidad.

Según De KADT, E. (1979), “la relación entre turistas y residentes se establece principalmente en tres tipos de contacto:

- 1) En la compra de bienes y servicios.
- 2) En la compartición de recursos turísticos (playas, entretenimientos, etc.).
- 3) En el establecimiento de un intercambio de información, de ideas, etc.

La intensidad de estos encuentros será diferente según el tipo de turista y el tipo de destino. En los destinos masificados, las relaciones más frecuentes suelen ser de los dos primeros tipos, mientras que el intercambio cultural, el tercer tipo de contacto, no suele producirse: las sociedades permanecen, por lo general, segregadas y los visitantes no se integran en la comunidad receptora y mantienen sus costumbres, idiomas, estilos de vida, religión, etc. Por el contrario, en sociedades donde el turismo sea una actividad incipiente, puede que el turista esté interesado en integrarse temporalmente en la vida y costumbres de la sociedad receptora y de este modo se producen mayores contactos culturales”.

IMPACTOS AMBIENTALES

“Las cuestiones medio ambientales han adquirido, en todas las sociedades industriales avanzadas, una importancia y una preocupación sin precedentes” MAZON, T. (2001).

El turismo es un gran consumidor de recursos naturales, ya que éstos constituyen la base para su desarrollo, convirtiéndose en muchos de los casos en la atracción del turista. La utilización óptima de los recursos, permitirá que se pueda disminuir los costos, las políticas públicas juegan un papel importante en estos procesos, el espacio turístico debe planificarse para ser compatible con otros usos y para reducir el consumo exagerado de recursos o una explotación excesiva.

Seguramente la industria turística es una de las más afectadas con la degradación o buena conservación del medio ambiente, siendo para los turistas “el principal atractivo del medio rural, la tranquilidad y el reposo, el aire puro y no contaminado y el contacto con la naturaleza”. (BOTE, V. 1998).

Los impactos medioambientales positivos relacionados con la actividad turística pueden ser:

- Mayor conciencia sobre la naturaleza y el medio ambiente.
- Interés por la regeneración de espacios naturales, rurales y urbanos.
- Preservación de los atractivos naturales y manifestaciones históricas.
- Desarrollo de atracciones de entretenimiento.
- Agrupación de áreas protegidas, parques naturales, reservas, etc.
- Lucha contra la contaminación del ambiente.
- El turista quiere y demanda un medioambiente de gran calidad.
- Crea conciencia de respeto y amor por la naturaleza y el ambiente.
- Genera interés por conocer estos lugares naturales.

En definitiva, la realización de la actividad turística puede contribuir muy positivamente a la mejora del medioambiente, a su preservación y a una mayor valoración del mismo aprendiendo sobre sus cuidados.

Turismo Sostenible

Este nuevo pensamiento se vio reflejado en 1992, durante la Cumbre de la Tierra (Río de Janeiro), en 1995 se aprobó y promovió el Programa de Acción para el Desarrollo Sustentable (Agenda 21) como una respuesta que trata de hacer

operativo el reto de mantener los actuales recursos y garantizar que estén disponibles para generaciones futuras.

La Agenda 21, se puede considerar como el primer plan de acción con un elevado nivel de consenso internacional para promover el desarrollo sustentable. En esta iniciativa se reconoció que el desarrollo sustentable era una visión utópica y que lo importante no era llegar a un estado final, sino transitar hacia él cumpliendo tres grandes directrices:

Ecológica: Los ecosistemas no deben ser degradados al punto de perder su integridad, su capacidad de regeneración natural ni sus principales funciones ecológicas como el control hidrológico, biogeoquímico, la regulación climática, la prevención de la erosión, contaminación, el mantenimiento de la biodiversidad y sus hábitats.

Económica: Debe existir rentabilidad de los proyectos auxiliada por la factibilidad tecnológica, la que debe proporcionar los ingresos suficientes para garantizar la continuidad en el manejo sostenible de los recursos.

Social-cultural: Los beneficios y costos deben distribuirse equitativamente entre los distintos grupos participantes, por tanto, se deberá respetar la identidad y valores culturales de los participantes⁸.

Plan Nacional del Buen Vivir o Sumak Kawsay

A través de estos procesos de sostenibilidad que se llevan a cabo internacionalmente, en Ecuador el Plan Nacional del Buen Vivir es más que una originalidad de la Carta Constitucional, es una apuesta de cambio, que se ha convertido en los principios y orientaciones del nuevo pacto social.

Para la nueva Constitución, el sumak kawsay implica mejorar la calidad de vida de la población, desarrollar sus capacidades y potencialidades; contar con un

⁸ ONU. (1995). Programa de Acción para el Desarrollo Sustentable, Agenda 21, Brasilia.

sistema económico que promueva la igualdad a través de la re-distribución social y territorial de los beneficios del desarrollo; impulsar la participación efectiva de la ciudadanía en todos los ámbitos de interés público, establecer una convivencia armónica con la naturaleza; garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana; y proteger y promover la diversidad cultural (Art. 276).

En la dimensión ambiental el Buen Vivir, reconoce los derechos de la naturaleza, pasando de una visión de la naturaleza como recurso, a otra concepción totalmente distinta, la que es "el espacio donde se reproduce y realiza la vida".

Desde esta concepción la naturaleza tiene "derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos", así como el derecho a la restauración (Art. 71 y 72).⁹

Se determina que el Buen Vivir implica una igualdad en los derechos y promover el bien común antes que el individualismo, tratando de esta manera conseguir una mejor calidad de vida de la población y que se reconozcan y valorizan los derechos de la naturaleza., de los pueblos y de sus culturas, saberes y modos de vida.

2.5 Hipótesis

Los atractivos turísticos influyen en el desarrollo turístico de la parroquia la Matriz del Cantón Patate provincia de Tungurahua.

2.6. Señalamiento de las Variables de la Hipótesis

Variable independiente: Atractivos Turísticos

Variable dependiente: Desarrollo Turístico

⁹ CONSEJO NACIONAL DE PLANIFICACIÓN (2013). Plan Nacional del Buen Vivir. Senplades. Quito.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque

La investigación realizada adopta los siguientes marcos cuali-cuantitativo. Cualitativo ya que se enfoca en la variable independiente que trata sobre los atractivos turísticos, los cuales pueden ser medidos a través de sus cualidades y características que los distinguen. Cuantitativo ya que se orienta en la variable dependiente que trata sobre el desarrollo turístico, de la cual se obtiene resultados, los mismos que se evidencian en datos numéricos adquiridos del proceso de tabulación y reflejados en valores porcentuales estadísticos.

3.2 Modalidad básica

De campo

Se aplicó la investigación de campo, debido a que el estudio sistemático se lo realizó en situ, es decir se acude al lugar y en base a ello se obtiene la información con relación a los atractivos turísticos y el desarrollo turístico, el contacto tomado con la realidad permite obtener suficiente información del tema, la misma que es necesaria para la consecución de resultados.

Bibliográfica –Documental

La investigación bibliográfica está presente en este proyecto de investigación, porque es indispensable conocer diferentes criterios de autores, y documental ya que, es necesario tener la información de otros proyectos realizados, de tal forma se ha tomado como base teórica aspectos relacionados con la información científica sobre los atractivos turísticos y el desarrollo turístico, es decir, recopilar

información de documentos, materiales bibliográficos, de bibliotecas, internet, centros de documentación e información, libros, revistas, entre otros, siendo estos, elementos fundamentales, tomados en cuenta para que la investigación tenga éxito.

3.3 Nivel o tipo de investigación

Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria se empleó en este tipo de investigación puesto que se averiguó las particularidades sobre los atractivos turísticos y el desarrollo turístico desde una contextualización global.

Investigación Descriptiva

Se ha empleado esta investigación ya que, se han generado preguntas de investigación que permiten obtener información detallada sobre cada una de las particularidades y características del tema en específico.

Asociación de Variables

Este informe empleó este tipo de investigación ya que, sirve para identificar las variables y verificar la hipótesis, evalúa las variaciones de comportamientos de una variable en función de variaciones de la otra variable, estudiando entonces, la importancia del desarrollo turístico en el cantón.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

La población participante en el trabajo de investigación está conformada de la siguiente manera:

Tabla 1: Población

POBLACIÓN	MUESTRA
Autoridades	2
Servidores Turísticos	50
Turistas Semanales	393
TOTAL	445

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Las Autoridades que se encuentran relacionadas directamente con la actividad turística son dos: El Alcalde del Cantón Patate y la persona encargada de la Unidad de Turismo del Cantón.

A los servidores turísticos quienes se encuentran involucrados con empresas del sector turístico, siendo según fuente del catastro de la Unidad de Turismo del Cantón Patate el número de participantes 50 personas.

Según el muestreo no probabilístico se determinó en función de la realidad que de acuerdo a una media estacional se ha realizado la encuesta a 393 turistas semanales.

Dando como resultado la aplicación de la técnica de la encuesta a una población de 445 personas.

3.5 Operacionalización de las Variables

3.5.1 Variable Independiente: Atractivos turísticos

Tabla 2: Cuadro de operacionalización de la variable independiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas	Instrumentos
Son los conjuntos de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. (MINTUR. 2004)	Conjunto de lugares	Naturales y culturales	¿Conoce usted algún atractivo natural o cultural de la parroquia la Matriz del cantón Patate? Si o No	Encuesta	Cuestionario estructurado
	Conjunto de bienes	Productos turísticos	¿Cree usted que los lugares naturales y culturales con los que cuenta la parroquia la Matriz del cantón Patate llaman la atención del turista? Si o No		
	Conjunto de costumbres	Fiestas, comida típica, celebraciones religiosas, creencias populares	¿Considera usted que las gastronomía de lugar generan afluencia turística? Si o No		
	Conjunto de acontecimientos	Histórico, o social	¿Cree usted que los acontecimientos históricos del cantón generan interés turístico? SI o No		
	Interés del visitante	Satisfacer las necesidades y expectativas	¿Los servicios turísticos con los que cuenta el cantón son suficientes para satisfacer las necesidades de los turistas? SI o NO		

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

3.5.2 Variable Dependiente: **Desarrollo Turístico**

Tabla 3: Cuadro de operacionalización de la variable dependiente

Conceptualización	Categorías o dimensiones	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas	Instrumentos
El desarrollo turístico implica un intercambio entre sociedades y culturas diferentes, optimizando los recursos y proporcionando el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, consiguiendo una mejor calidad de vida en la población.	Intercambio entre culturas Optimización de recursos Proveer instalaciones y servicios idóneos Mejorar la calidad de vida	Impactos socioculturales Sostenibilidad Planta turística Ingresos Económicos	¿El desarrollo turístico mejorará las relaciones humanas entre turistas y habitantes? Si o No ¿Si se realiza un adecuado desarrollo turístico cree usted que se podrá conservar los recursos naturales y garantizar que estén disponibles para generaciones futuras? Si o No ¿Será importante el desarrollo turístico para que se brinde un mejor servicio a los turistas? Si o No ¿Piensa usted que el incremento de los ingresos económicos del cantón Patate se dará gracias al desarrollo turístico? Si o No	Encuesta	Cuestionario estructurado

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

3.6 Plan de Recolección de la Información

Tabla 4: Plan de recolección de datos

Preguntas básicas	Explicación
¿Para qué?	Para lograr los objetivos de la investigación y proponer alternativas de solución al problema.
¿De qué personas u objetos?	Las Autoridades que se encuentran relacionadas directamente con la actividad turística. Los servidores turísticos quienes están involucrados con empresas del sector turístico. Los turistas que visitan la parroquia la Matriz.
¿Sobre qué aspectos?	Atractivos y desarrollo turístico.
¿Quién o quiénes?	Investigador
¿A quiénes?	Las Autoridades que se encuentran relacionadas directamente con la actividad turística. Los servidores turísticos quienes están involucrados con empresas del sector turístico. Los turistas que visitan la parroquia la Matriz.
¿Cuándo?	Octubre 2013-Enero 2014
¿Dónde?	Parroquia la Matriz del cantón Patate de la provincia de Tungurahua.
¿Cuántas veces?	Una vez
¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
¿Con qué?	Cuestionario estructurado

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

3.7 Plan de Procesamiento de la Información

Con la aplicación de las encuestas se tendrá la información deseada y se procederá de la siguiente manera:

- Ubicar el objetivo de la investigación
- Construcción del instrumento de la investigación
- Validación y aplicación del instrumento
- Representación tabular y gráfica
- Se analizó e interpretó los resultados, para establecer conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de los Resultados

Los resultados estadísticos de la presente investigación estuvieron relacionados con la operacionalización de variables, preguntas directrices e hipótesis que permitió la elaboración de los instrumentos de investigación (encuesta) para luego ser aplicados en la población inmersa, para la tabulación de datos.

A cada ítem de la encuesta se hizo el análisis e interpretación de los resultados donde se clarificó y se ordenó la información para interpretar las respuestas a las interrogantes de estudio y luego se dio una explicación de los hechos que se derivó de los datos estadísticos

Las encuestas se aplicaron a las autoridades que se encuentran relacionadas directamente con la actividad turística, empresas prestadoras de servicios turísticos ubicados en la parroquia la Matriz y a turistas quienes visitan la parroquia la Matriz.

Se aplicaron 445 encuestas de los cuales se obtuvieron los siguientes datos que han sido analizados e interpretados a continuación:

Encuesta N°1

ENCUESTA APLICADA A LOS SERVIDORES TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA LA MATRIZ DEL CANTÓN PATATE.

PREGUNTA 1:

¿Conoce usted alguno de los siguientes atractivos turísticos?

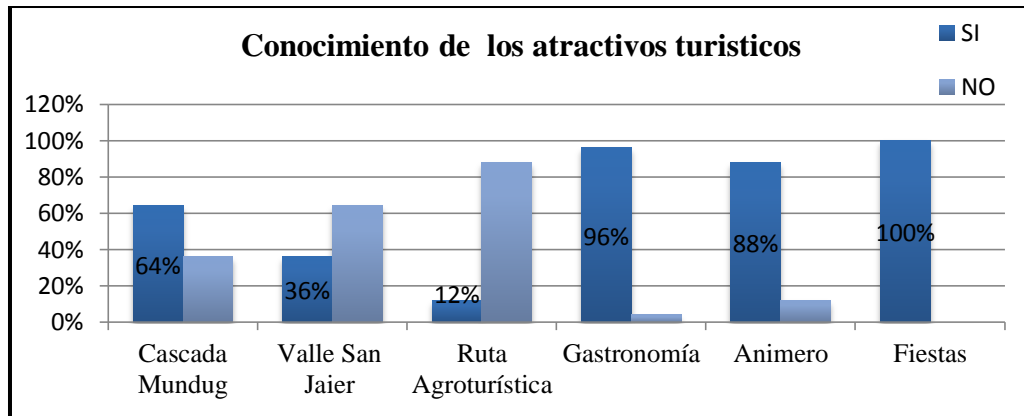
Tabla 5: Tabulación Pregunta 1

ATRATIVOS	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cascada de Mundug	SI	32	64%
	NO	18	36%
	TOTAL	50	100%
Valle de San Javier	SI	32	64%
	NO	18	36%
	TOTAL	50	100%
Ruta Agroturística	SI	6	12%
	NO	44	88%
	TOTAL	50	100%
Gastronomía	SI	48	96%
	NO	2	4%
	TOTAL	50	100%
Tradición del Animero	SI	44	88%
	NO	6	12%
	TOTAL	50	100%
Fiestas	SI	50	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 5: Representación gráfica Pregunta 1



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

Del total de respuestas que fueron dadas por el público entrevistado el 64% señalan que si conocen la cascada de Mundug, y el 36% señala que no los conoce, de igual forma el 64% mencionan que si conocen el valle de San Javier y el 36% menciona que no, así mismo el 12% indica conocer sobre la ruta agroturística y el 88% indica que no lo conoce, 96% de los entrevistados dice conocer sobre la gastronomía y el 4 % dice que no, además el 88% de la población encuestada alude saber sobre la tradición del animero y el 12% no sabe nada al respecto y finalmente el 100% de los encuestados conocen sobre las fiestas que se realizan en la Parroquia la Matriz de Patate.

Según los datos recabados se puede deducir que las autoridades como la Unidad de Turismo de Patate, el Ministerio de Turismo y el Gobierno Provincial no han invertido los debidos esfuerzos para que se establezcan capacitaciones dirigidas a los servidores turísticos, en las cuales se expongan y se den a conocer los atractivos del lugar, concientizándolos sobre su conservación y beneficios, que aportarían significativamente con el mejoramiento del turismo, enfatizándose lo importante que es la formación y aprendizaje de nuevos conocimientos, para que en un futuro cercano, tengan la capacidad de generar un valor agregado a la operación turística de la parroquia.

PREGUNTA 2:

¿Según su vivencia, cuando el turista viaja a la parroquia la Matriz de Patate, cuál de los siguientes atractivos cree usted que le atraen más al visitante?

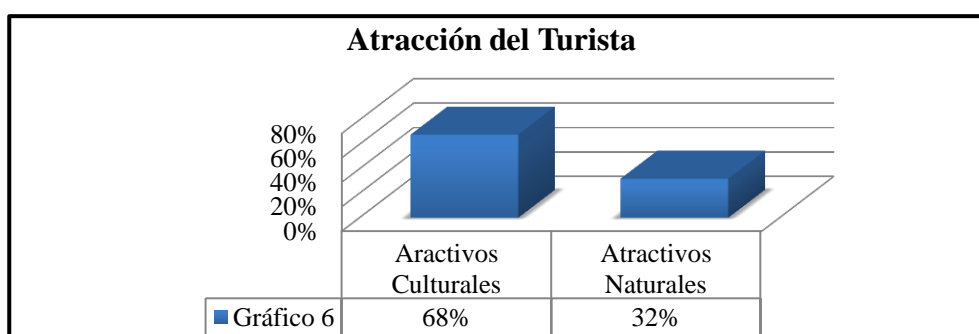
Tabla 6: Tabulación Pregunta 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atractivos Culturales	34	68%
Atractivos Naturales	16	32%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Mounge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 6: Representación gráfica Pregunta 2



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

El total de las respuestas obtenidas por los encuestados nos dice que el 68% de los turistas prefieren los atractivos culturales y el 32% opta por los atractivos naturales.

Esto permite conocer que los atractivos culturales, en especial las fiestas y la gastronomía son los principales atractivos por los cuales los visitantes realizan turismo en la parroquia y una pequeña parte de turistas lo hacen por la naturaleza, específicamente por el clima del lugar, entendiendo que se debería generar una promoción desde una perspectiva estratégica, para que de esta forma se logre una apropiada difusión de los atractivos que encaminen a un conocimiento equiparado tanto de los sitios naturales como culturales de la parroquia.

PREGUNTA 3:

¿Está usted de acuerdo en que los atractivos culturales como: (fiestas, iglesias, museos, gastronomía, etc.) son capaces de atraer la atención del turista en la Parroquia la Matriz del cantón Patate?

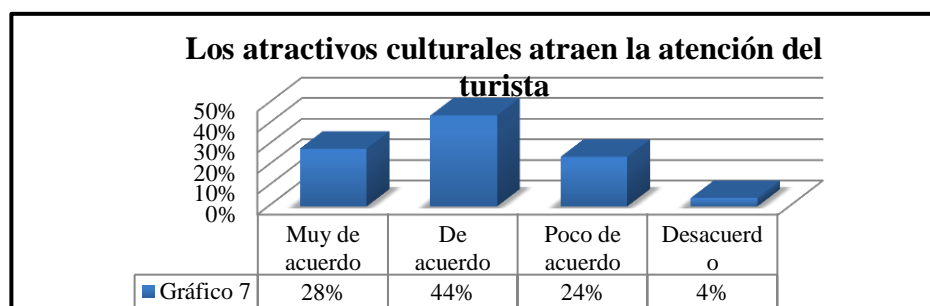
Tabla 7: Tabulación Pregunta 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	14	28%
De acuerdo	22	44%
Poco de acuerdo	12	24%
Desacuerdo	2	4%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 7: Representación gráfica Pregunta 3



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

De los resultados obtenidos; el 28% está muy de acuerdo en que los atractivos culturales atraen la atención al turista, el 44% se encuentra de acuerdo, el 24% se halla poco de acuerdo y el 4% está en desacuerdo.

Se interpreta que los encuestados valoran los atractivos culturales ya que, se sienten identificados con las tradiciones, costumbres, elementos, forma de pensamiento y formas de actuar, que son parte de la parroquia en la cual desarrollan su vida cotidiana, logrando que se creen destinos con identidad y autenticidad para atraer la atención del turista, quien busca vivir experiencias propias de un lugar y un continuo aprendizaje del modo de vida de las sociedades.

PREGUNTA 4:

¿Cree usted que los atractivos naturales como: (cascadas, montañas, ríos, valles, etc.) captan la atención del turista en la Parroquia la Matriz del cantón Patate.?

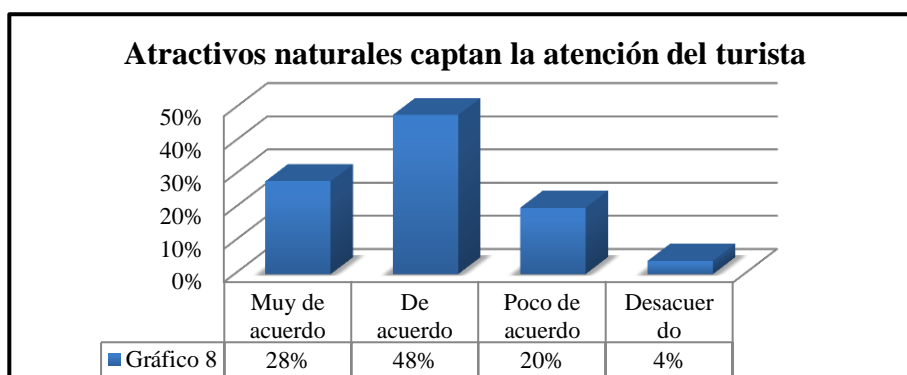
Tabla 8: Tabulación Pregunta 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	14	28%
De acuerdo	24	48%
Poco de acuerdo	10	20%
Desacuerdo	2	4%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 8: Representación gráfica Pregunta 4



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

El total de respuestas dice que el 28% están muy de acuerdo en que los atractivos naturales atraen al turista, el 48% muestra que están de acuerdo, el 20% dice estar poco de acuerdo y el 4% está en desacuerdo.

Se puede concluir que a pesar de que no tienen los conocimientos suficientes, los servidores turísticos cuentan con una noción empírica sobre las cualidades que los atractivos turísticos dentro de la clasificación de naturaleza pueden ofrecer, identificando que si éstos pudieran ser reconocidos y mayormente potencializados, se lograría generar una mayor demanda turística, que busca para su descanso la tranquilidad que la naturaleza le ofrece.

PREGUNTA 5:

¿Estima usted que las relaciones socioculturales entre turista y habitante benefician al turismo de la parroquia la Matriz del cantón Patate?

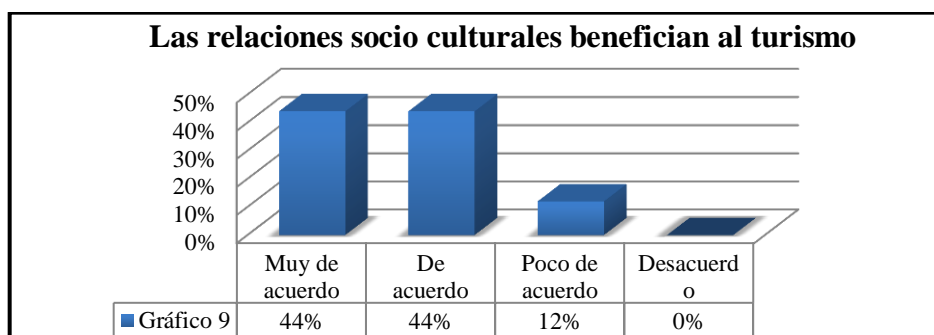
Tabla 9: Tabulación Pregunta 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	22	44%
De acuerdo	22	44%
Poco de acuerdo	6	12%
Desacuerdo	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 9: Representación gráfica Pregunta 5



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de personas entrevistadas el 44% dice estar muy de acuerdo en que las relaciones socioculturales benefician al turismo, el 44 % menciona estar de acuerdo y el 12% señala estar poco de acuerdo.

Con la ayuda de los datos se deduce importante fomentar una cultura turística, la cual está fundamentada en la perspectiva de desarrollo y es considerada como un estado mental positivo, orientado a establecer contactos favorables con su entrono, incentivando a una adecuada actitud anfitriona, de manera que se logre la mayor satisfacción del visitante y el mayor beneficio para la comunidad receptora.

PREGUNTA 6:

¿Está usted de acuerdo en que el turismo promueve la conservación de los recursos naturales?

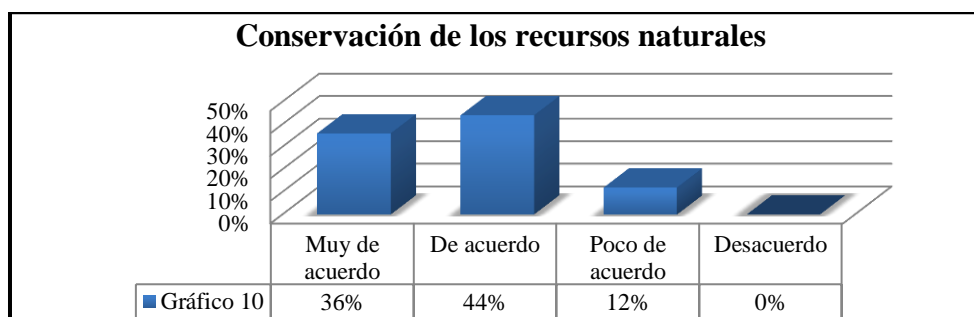
Tabla 10: Tabulación Pregunta 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	18	36%
De acuerdo	16	44%
Poco de acuerdo	16	12%
Desacuerdo	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 10: Representación gráfica Pregunta 6



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

El total de respuestas menciona que el 36% de los entrevistados están muy de acuerdo en que el turismo promueve la conservación de los recursos naturales, el 44% dice estar de acuerdo y el 12% indica estar un poco de acuerdo.

Es evidente darse cuenta que la mayoría de la población está de acuerdo en que se puede conservar los recursos naturales por medio del turismo, a través de estudios como la capacidad de carga, en donde se puede medir el tamaño máximo de población que el ambiente puede soportar en un período de tiempo determinado, aunque, si no se conoce sobre normas de respeto al medio ambiente también éste puede ser destruido.

PREGUNTA 7:

¿Cómo considera usted que es la calidad de servicio que brinda en su establecimiento?

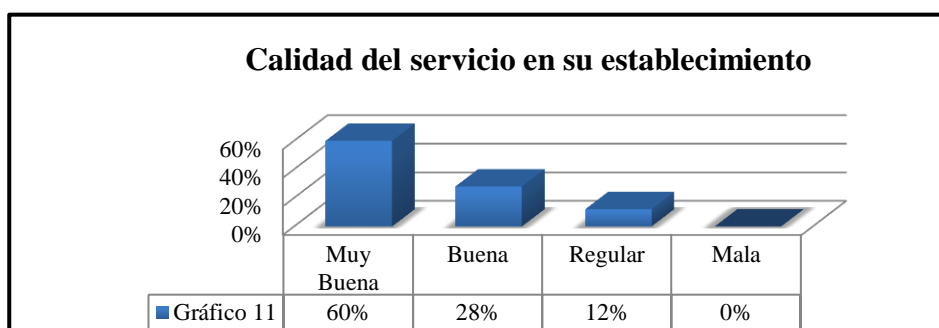
Tabla 11: Tabulación Pregunta 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	30	60%
Buena	14	28%
Regular	6	12%
Mala	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 11: Representación gráfica Pregunta 7



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

En el gráfico se observa que un 60% de los entrevistados considera que la calidad de servicio en su establecimiento es muy buena, un 28% menciona que es buena y un 12% dice que es regular.

Se concluye que la calidad de servicio es subjetiva, es decir, que depende de la persona que la perciba, en este caso el servidor turístico identifica su servicio como muy bueno sin conseguir el mismo resultado en la respuesta del cliente, esto significa que se necesitan capacitaciones en este tema para que el servidor pueda identificar su calidad de servicios considerando aspectos como la satisfacción del cliente que puede ser medida a través de la percepción del servicio brindado y las expectativas del cliente, obteniendo así una mejora cualitativa del servicio.

PR EGUNTA 8:

¿Cree usted que el personal de su establecimiento turístico cuenta con suficiente capacitación para el correcto desenvolvimiento en su trabajo?

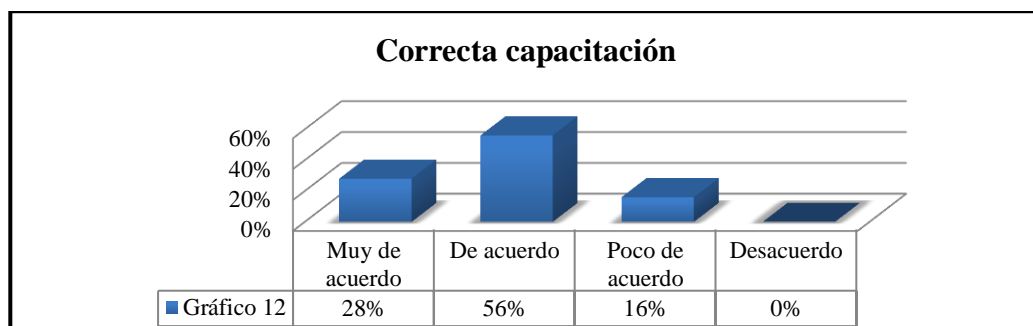
Tabla 12: Tabulación Pregunta 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	14	28%
De acuerdo	28	56%
Poco de acuerdo	8	16%
Desacuerdo	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 12: Representación gráfica Pregunta 8



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

Las respuestas obtenidas indican que el 28% está muy de acuerdo con la capacitación que tienen sus empleados, el 56% dice que está de acuerdo y el 16% menciona estar poco de acuerdo.

El gráfico muestra que la capacitación es importante y constituye una de las mejores inversiones para optimizar el desarrollo tanto personal como profesional del trabajador e incentivar a través de ello a una sana competitividad que beneficie a la empresa y por lo tanto al sector turístico, pero es primordial mencionar que debe existir compromiso por parte de la empresa y del empleado y a la vez el compromiso del trabajador consigo mismo, para que se logre los resultados esperados y se alcance el éxito propuesto para la empresa.

PREGUNTA 9:

¿Considera usted que la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia la Matriz de Patate es:?

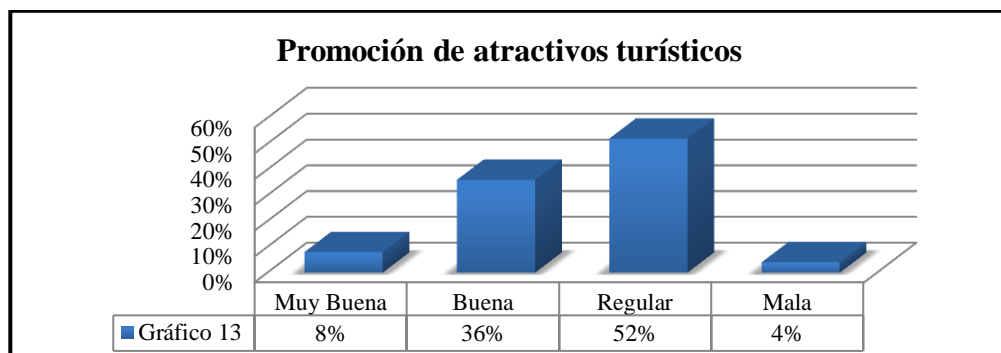
Tabla 13: Tabulación Pregunta 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	4	8%
Buena	16	36%
Regular	26	52%
Mala	2	4%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 13: Representación gráfica Pregunta 9



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

El 8% de los entrevistados opinan que la promoción de los atractivos turísticos es muy buena, el 36% creen que es buena, el 52% dice que es regular y el 4% menciona que es mala.

Con los resultados adquiridos se interpreta que hace falta mayores esfuerzos para mejorar la promoción turística, con la intención de que los potenciales turistas conozcan los atractivos y se sientan atraídos para que decidan planificar un viaje a la parroquia, ofreciendo difusión que permita que la parroquia sea reconocida como un destino, a través de programas que tengan mayor cobertura publicitaria y por lo tanto se generen movimientos económicos que beneficien su desarrollo.

PREGUNTA 10:

Si alguna persona le pregunta sobre información turística de la parroquia la Matriz del cantón Patate, su respuesta es:

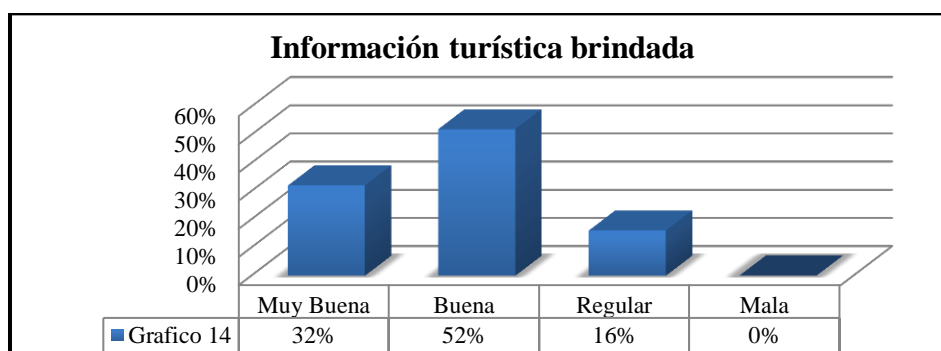
Tabla 14: Tabulación Pregunta 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	16	32%
Buena	26	52%
Regular	8	16%
Mala	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 14: Representación gráfica Pregunta 10



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

De los resultados obtenidos nos informan que el 32% cree que información turística que brindaría sobre la parroquia sería muy buena, el 52% dice que sería buena y el 16% menciona que sería regular.

Esto permite saber el nivel medio de conocimiento que poseen los encuestados sobre la información turística de la parroquia, es decir, que como no conocen todos los lugares, orientarían al turista a que visite solamente los sitios que comúnmente son más reconocidos, en otros casos no se brindaría información oportuna, que causaría que solamente se desarrolle un excursionismo y no se lograría que los turistas pernoctaran en la parroquia, sin conseguir que la actividad turística envuelva a todos los actores del turismo.

PREGUNTA 11:

¿Cuál es el promedio de gastos que realizan los turistas por persona en su establecimiento?

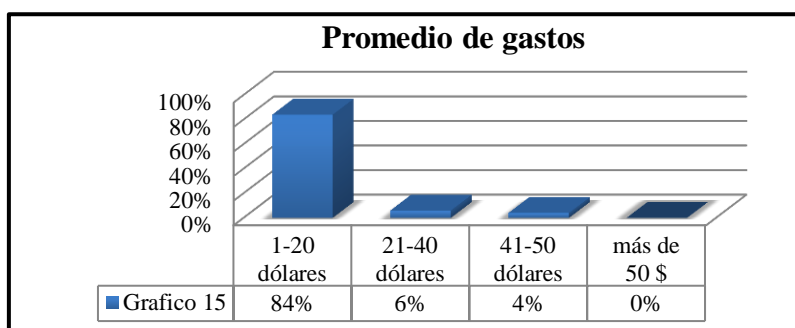
Tabla 15: Tabulación Pregunta 11

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-20 dólares	42	84%
21-40 dólares	6	12%
41-50 dólares	2	4%
Más de 50 \$	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 15: Representación gráfica Pregunta 11



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

El total de las respuestas obtenidas por los encuestados nos dice que el 84% de los turistas gasta entre 1 y 20 dólares, el 12% dice que suelen gastar entre 21-40 dólares y el 4% dice que los turistas invierten entre 41 y 50 dólares en los establecimientos turísticos.

El gráfico indica que la gran mayoría invierte entre 1 a 20 dólares en los establecimientos turísticos de la parroquia la Matriz, esto puede deberse a que la calidad de servicio que brinda no es la suficiente para que el turista realice un gasto mayor, o también puede ser a la falta de insumos o servicios innovadores brindados por parte de los empresarios.

PREGUNTA 12:

¿Cree usted que el turismo puede ser una fuente de ingresos importante para la parroquia la Matriz del cantón Patate?

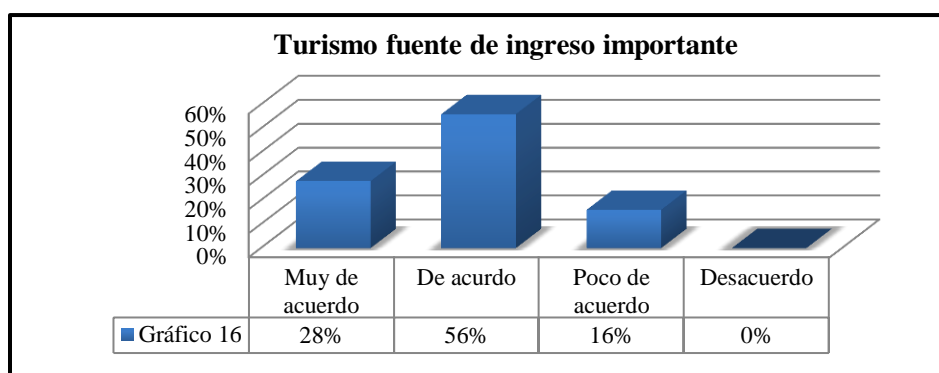
Tabla 16: Tabulación Pregunta 12

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	14	28%
De acuerdo	28	56%
Poco de acuerdo	8	16%
Desacuerdo	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 16: Representación gráfica Pregunta 12



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

De las respuestas obtenidas por los encuestados el 28% afirma estar muy de acuerdo con que el turismo es una fuente de ingresos importante para la parroquia, el 56% está de acuerdo y el 16% dice estar poco de acuerdo.

Se conoce que la mayoría de personas consideran que el turismo puede ser una fuente de ingresos importante para la parroquia compitiendo así con la agricultura, otro ingreso económico del lugar, y de esta forma promover nuevas fuentes de empleo que beneficien a los pobladores y visitantes, ayudando a disminuir la migración de los habitantes a otras ciudades.

PREGUNTA 13:

¿La calidad de vida de los habitantes según su criterio es?

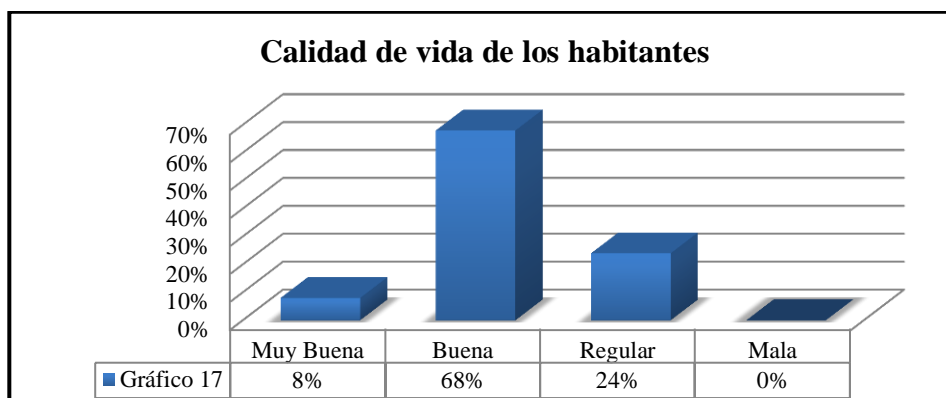
Tabla 17: Tabulación Pregunta 13

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	4	8%
Buena	34	68%
Regular	12	24%
Mala	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 17: Representación gráfica Pregunta 13



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

En la totalidad de encuestados el 8% piensa que la calidad de vida de los habitantes es muy buena, mientras que el 68% menciona que es buena y el 24% coinciden que es regular la calidad de vida.

Se deduce que la calidad de vida de los habitantes es buena puesto que se encuentran rodeados de un ambiente natural que propicia al descanso, y además el desenvolvimiento económico en su mayoría es por el comercio y la agricultura, que gracias a las condiciones favorables del suelo se desarrolla de una buena manera, a través de ello se puede conseguir una evaluación útil para la toma de decisiones en cuanto a emprendimientos turísticos que favorezcan aún más al desarrollo de la parroquia.

PREGUNTA 14:

¿Considera usted que se puede vivir del turismo en de la parroquia la Matriz del cantón Patate?

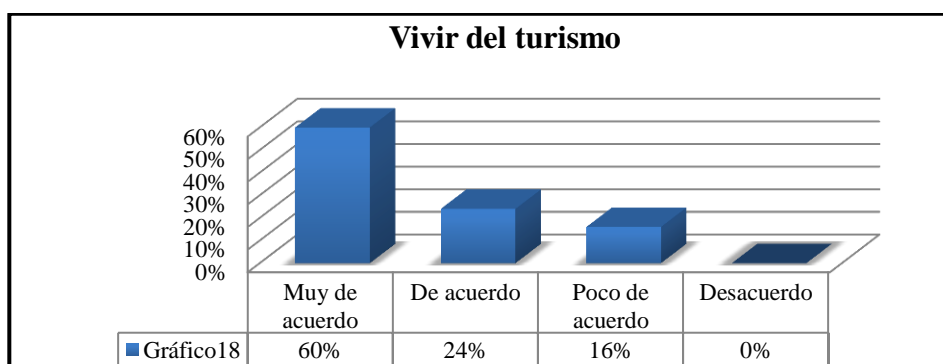
Tabla 18: Tabulación Pregunta 14

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	30	60%
De acuerdo	12	24%
Poco de acuerdo	8	16%
Desacuerdo	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 18: Representación gráfica Pregunta 14



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

El 60% de encuestados respondió que están muy de acuerdo que se puede vivir del turismo, el 24% de los encuestados dice que está de acuerdo y el 16% menciona estar poco de acuerdo con que se pueda vivir del turismo.

Se puede decir que, los habitantes de la parroquia la Matriz pueden dedicarse a otras actividades como es el turismo, convirtiéndose en otro dinamismo económico para los pobladores, transformando entonces al turismo como una reactivación económica que genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte, etc.

PREGUNTA 15:

¿Está de acuerdo en la forma de desarrollo turístico que ha mantenido la parroquia la Matriz del cantón Patate hasta la actualidad?

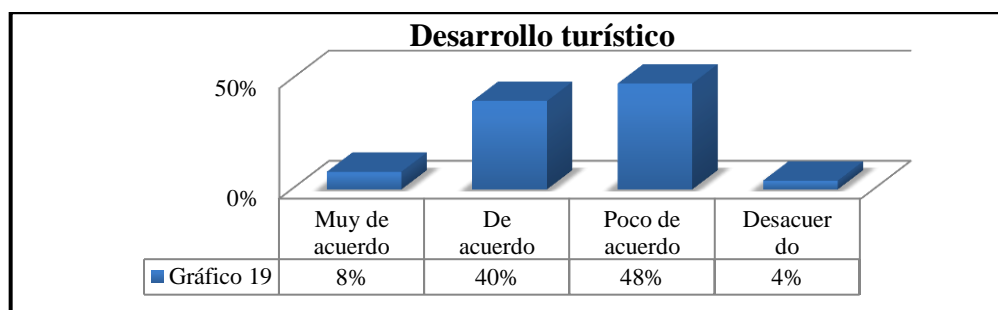
Tabla 19: Tabulación Pregunta 15

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	4	8%
De acuerdo	20	40%
Poco de acuerdo	24	48%
Desacuerdo	2	4%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 19: Representación gráfica Pregunta 15



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

Luego de realizada la encuesta el 8% menciona estar muy de acuerdo con la forma en que se desarrolla el turismo en la parroquia, el 40% indica estar de acuerdo, el 48% dice estar poco de acuerdo y el 4% está en desacuerdo en como se realiza la actividad turística.

Se puede interpretar que el desarrollo turístico no se ha efectuado de una manera adecuada en la parroquia, sin tomar en cuenta impactos positivos como negativos que pueden ser ocasionados por dicho desarrollo, dejando de lado las potencialidades de los recursos y la innovación de nuevos sitios de atracción al turista, lo cual contribuiría al fortalecimiento de la actividad socio cultural, económica y ambiental de la parroquia.

Encuesta N°2

ENCUESTA APLICADA A LOS TURISTAS Y A DOS AUTORIDADES DE LA PARROQUIA LA MATRIZ DEL CANTÓN PATATE

PREGUNTA 1:

¿Con qué grado de frecuencia visita usted la parroquia la Matriz de Patate?

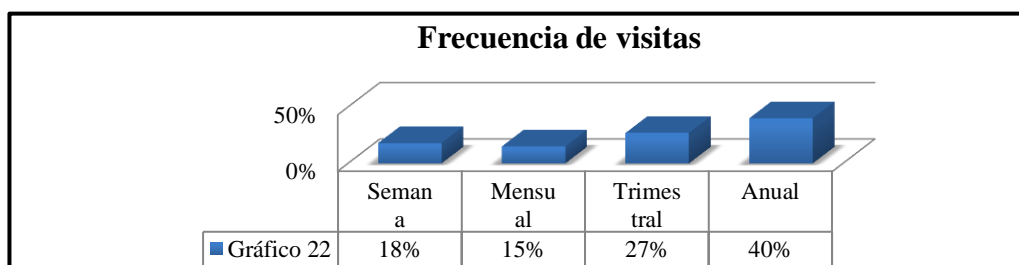
Tabla 20: Tabulación Pregunta 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	71	18%
Mensual	59	15%
Trimestral	107	27%
Anual	158	40%
TOTAL	395	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 20: Representación gráfica Pregunta 1



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

El total de las respuestas obtenidas por los encuestados indica que el 18% de los turistas viajan semanalmente a la parroquia el 15% lo hace mensualmente, el 26% lo hace trimestralmente y el 41% lo hace anualmente.

Se concluye que existe poca demanda turística generada por la escasa promoción de los atractivos, argumentando que lo realizan únicamente por ser una zona que se ubica a corta distancia de Ambato y por su gastronomía, deduciendo que los turistas corresponden a zonas aledañas al lugar, considerando importante mencionar que prefieren viajar a otros destinos, ya que poseen mayores ofertas turísticas para el esparcimiento.

PREGUNTA 2:

¿Cuál es su motivo principal para visitar la parroquia la Matriz del cantón Patate?

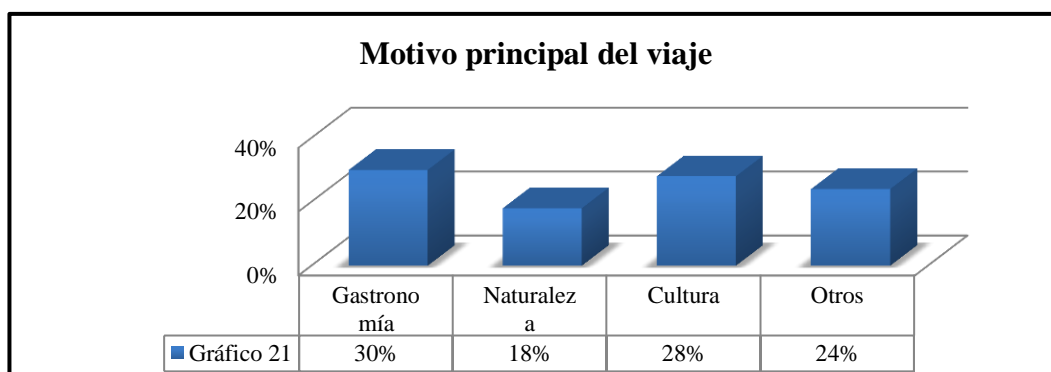
Tabla 21: Tabulación Pregunta 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Gastronomía	118	30%
Naturaleza	69	18%
Cultura	112	28%
Otros	96	24%
TOTAL	395	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 21: Representación gráfica Pregunta 2



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

El 30% menciona que el motivo principal por el cual visitan la parroquia es por la gastronomía, el 18% muestra que se sienten motivados por la naturaleza, el 28% dicen estar motivados por la cultura del lugar y 24% lo visitan por otras razones.

Se interpreta entonces que los encuestados afirman visitar la parroquia principalmente porque se sienten atraídos por la gastronomía; arepas y chicha de uva, y en segundo lugar lo visitan por la atracción que ocasionan las fiestas en honor al Señor del Terremoto cuya celebración es realizada anualmente y en el caso de otros, se hace referencia a los turistas quienes acuden al lugar principalmente por visitar a sus familiares, considerando importante potencializar los atractivos que han sido ignorados en conjunto con los más reconocidos.

PREGUNTA 3:

¿Conoce usted alguno de los siguientes atractivos turísticos?

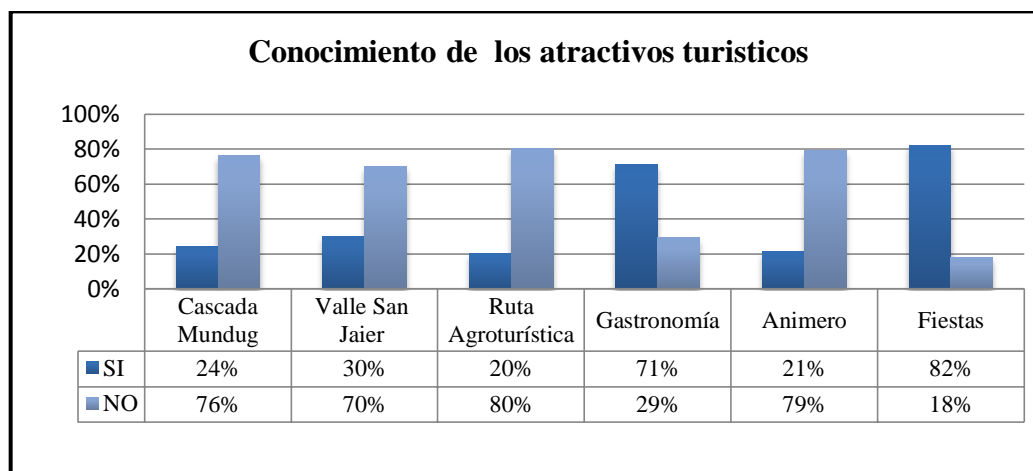
Tabla 22: Tabulación Pregunta 3

ATRATIVOS	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cascada de Mundug	SI	96	24%
	NO	299	76%
	TOTAL	395	100%
Valle de San Javier	SI	118	30%
	NO	277	70%
	TOTAL	395	100%
Ruta Agro turística	SI	80	20%
	NO	315	80%
	TOTAL	395	100%
Gastronomía	SI	281	71%
	NO	114	29%
	TOTAL	395	100%
Tradición del Animero	SI	84	21%
	NO	311	79%
	TOTAL	395	100%
Fiestas	SI	323	82%
	NO	72	18%
	TOTAL	395	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 22: Representación gráfica Pregunta 3



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

Del total de respuestas que fueron dadas por el público entrevistado el 24% señala conocer la cascada de Mundug, y el 76% señala no conocerla, de igual forma el 30% mencionan que si conocen el valle de San Javier y el 70% menciona que no, así mismo el 20% indica conocer sobre la ruta agro turística y el 80% indica que no lo conoce, el 71% de los entrevistados dice conocer sobre la gastronomía y el 29% dice que no, además el 21% de la población encuestada alude conocer sobre la tradición del Animero y el 79% no conoce nada al respecto y finalmente el 82% de los encuestados conocen sobre las fiestas que se realizan en la Parroquia la Matriz de Patate y el 18% dice no conocerlo.

Según los datos recabados se puede deducir que sí existen atractivos que se encuentran posicionados en la mente de los turistas, sin embargo, esto no es tan favorable porque solamente dos de cada seis atractivos turísticos ubicados dentro de la parroquia han llegado a ser reconocidos por los visitantes, desaprovechando un sin número de recursos que ayudarían a cautivar una mayor demanda turística y por consiguiente a incentivar a nuevos proyectos que involucren directamente al sector turístico, sin convertirlo en un factor monetario importante, que a su vez crearía flujos de exportación, inversión, consumo turístico y de gastos gubernamentales, los cuales permitirían una captación de divisas y un proceso integral redistributivo que supone un ahorro interno y sirven como elementos de expansión y crecimiento, ocasionando en lo posterior un efecto multiplicador en la economía de la parroquia.

PREGUNTA 4:

¿Cuándo usted viaja a la parroquia la Matriz de Patate, cuál de los siguientes sitios ha visitado con más frecuencia?

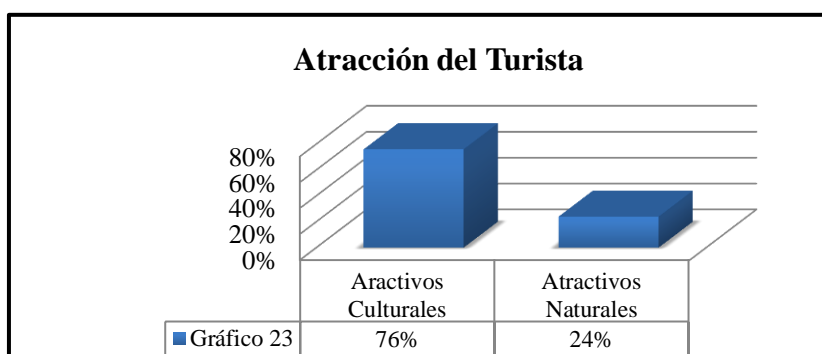
Tabla 23: Tabulación Pregunta 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atractivos Culturales	301	76%
Atractivos Naturales	94	24%
TOTAL	395	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 23: Representación gráfica Pregunta 4



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

El total de las respuestas obtenidas por los encuestados señalan que el 76% de los turistas les gusta más los atractivos culturales y el 24% dice que los atractivos naturales son su mayor atracción.

Aunque en el PIANDETOUR 2020 existen tres líneas de productos turísticos claves, el ecoturismo-turismo de naturaleza es el que lidera la lista mostrando en segundo lugar al turismo de cultura, las encuestas verifican que el turista en esta parroquia prefiere obtener un conocimiento profundo de la gastronomía, de las costumbres, tradiciones y folklore, por ser aspectos que han tenido mayor difusión, lo que nos permite identificar que si invertimos mayores esfuerzos en la promoción de los atractivos naturales podríamos ofrecer una amplia variedad de destinos para el disfrute del turista.

PREGUNTA 5:

¿Considera usted que los atractivos culturales como: (fiestas, iglesias, museos, gastronomía, etc.) son capaces de atraer la atención del turista en la Parroquia la Matriz del cantón Patate?

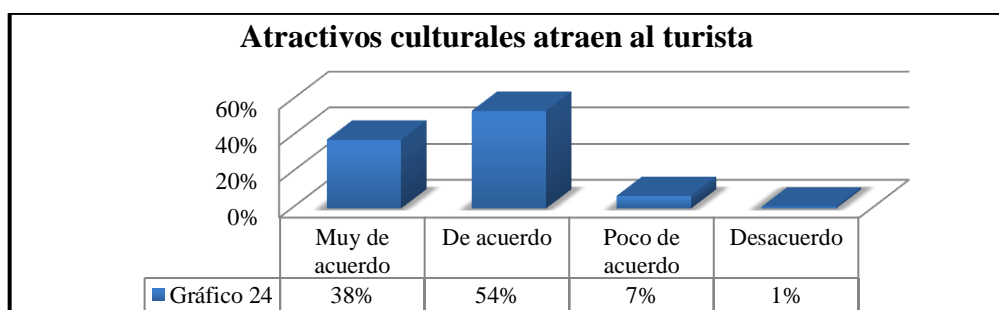
Tabla 24: Tabulación Pregunta 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	148	38%
De acuerdo	214	54%
Poco de acuerdo	28	7%
Desacuerdo	5	1%
TOTAL	395	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 24: Representación gráfica Pregunta 5



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

De los resultados obtenidos, el 38% está muy de acuerdo en que los atractivos culturales atraen la atención al turista, el 54% está de acuerdo, el 7% está poco de acuerdo y el 1% está en desacuerdo.

Se deduce que es importante analizar los atractivos turísticos culturales ya que, no solamente nos permitirá identificar cada uno de ellos si no, que ayudará a intentar integrarlas para de esta forma responder adecuadamente a las necesidades que los visitantes tienen cuando se sienten motivados por realizar un turismo cultural, consiguiendo que no solamente se plasme como una atracción inicial, si no que se intente complementar con los demás elementos que forman parte de un circuito turístico integrado.

PREGUNTA 6:

¿Cree usted que los atractivos naturales como: (cascadas, montañas, ríos, valles, etc.) captan la atención del turista en la Parroquia la Matriz del cantón Patate.?

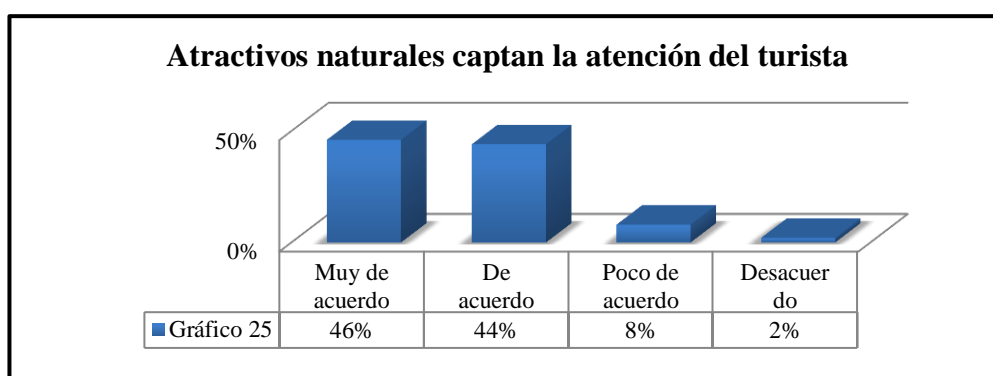
Tabla 25: Tabulación Pregunta 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	180	46%
De acuerdo	174	44%
Poco de acuerdo	32	8%
Desacuerdo	9	2%
TOTAL	395	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 25: Representación gráfica Pregunta 6



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

De la totalidad de encuestados el 46% dice estar muy de acuerdo en que los atractivos naturales atraen al turista, el 44% muestra que están de acuerdo, el 8% dice estar poco de acuerdo y el 2% está en desacuerdo.

Los atractivos naturales deben estar correctamente promocionados para que de esta forma sean capaces de llamar la atención del turista, mediante una planificación adecuada que permita al visitante disfrutar y apreciar de los atractivos naturales, por medio de un proceso que promueve la conservación y el bajo impacto ambiental, acompañados de un adecuado sistema de acceso y comunicación para desplazarse y servicios como alojamiento y restauración que incentiven al visitante.

PREGUNTA 7:

¿Estima usted que las relaciones socioculturales entre turista y habitante benefician al turismo de la parroquia la Matriz del cantón Patate?

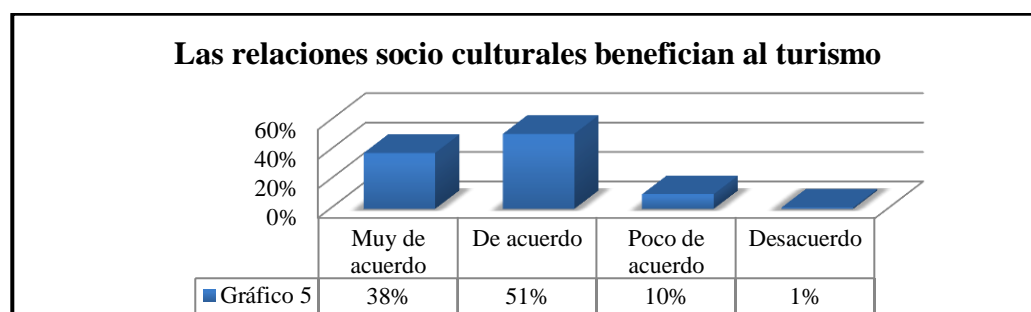
Tabla 26: Tabulación Pregunta 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	150	38%
De acuerdo	202	51%
Poco de acuerdo	38	10%
Desacuerdo	5	1%
TOTAL	395	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 26: Representación gráfica Pregunta 7



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e Interpretación

Del 100% de turistas entrevistados el 38% dice estar muy de acuerdo en que las relaciones socioculturales benefician al turismo, el 51% menciona estar de acuerdo, el 10% señala estar poco de acuerdo y el 1% dice estar en desacuerdo.

Con la ayuda de los datos se deduce que las relaciones entre sociedades y culturas diferentes tiene efectos positivos y negativos que dependerán tanto del turista como del residente, por lo que es importante analizar la implicación de la parroquia en el proceso de desarrollo turístico, atendiendo a los cambios y evoluciones que pueden efectuarse, además no solo se debe tener en cuenta el comportamiento del habitante, si no que se intente concientizar al turista acerca de las consecuencias que su presencia puede causar, para que tome las pertinentes precauciones.

PREGUNTA 8:

¿Está usted de acuerdo en que el turismo promueve la conservación de los recursos naturales?

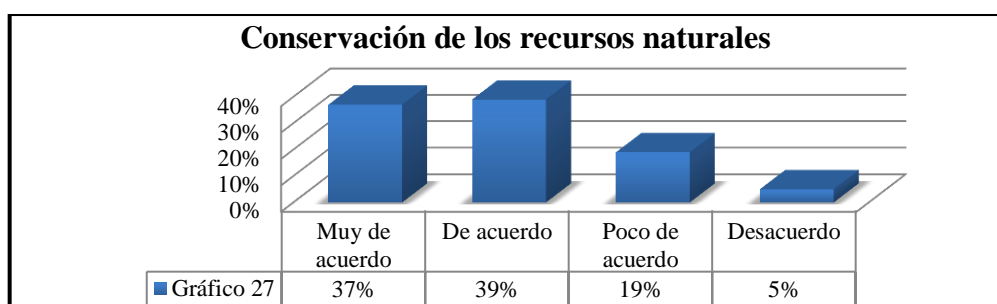
Tabla 27: Tabulación Pregunta 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	148	37%
De acuerdo	154	39%
Poco de acuerdo	74	19%
Desacuerdo	19	5%
TOTAL	395	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 27: Representación gráfica Pregunta 8



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

El total de respuestas muestra que el 37% de los entrevistados están muy de acuerdo en que el turismo promueve la conservación de los recursos naturales, el 39% dice estar de acuerdo, el 19% menciona estar un poco de acuerdo y el 5% está en desacuerdo.

El turismo es un gran consumidor de recursos naturales ya que, estos constituyen la base para su desarrollo, por lo que es importante realizar una planificación adecuada para lograr la utilización óptima de los recursos, y de esta manera evitar el consumo o explotación excesiva, además que mediante capacitaciones se puede adquirir una mayor conciencia ambiental que procure la práctica de un turismo consiente.

PREGUNTA 9:

¿Cómo considera usted la calidad de servicio que se presta en los siguientes establecimientos turísticos de la parroquia la Matriz?

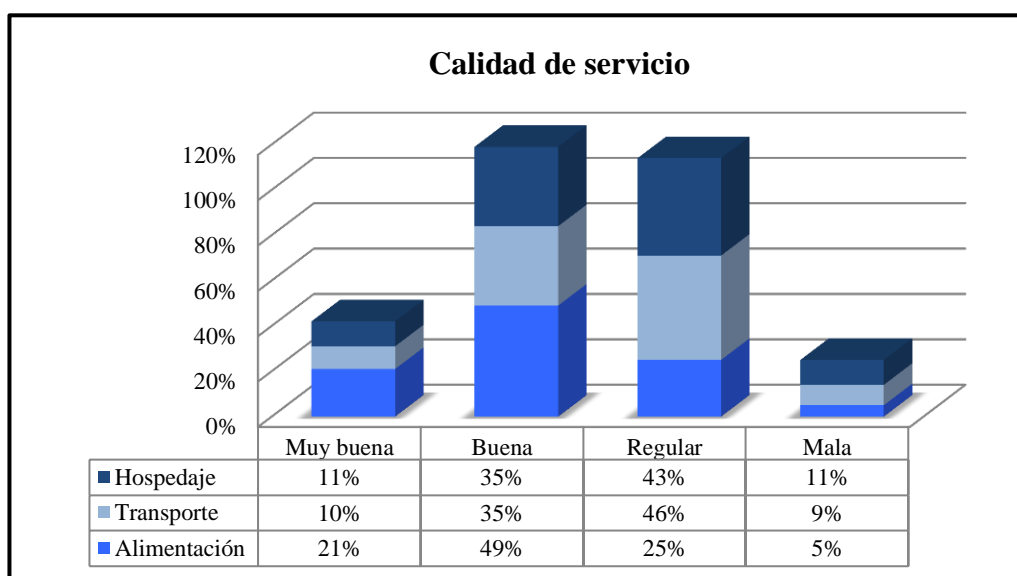
Tabla 28: Tabulación Pregunta 9

ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alimentación	Muy Buena	84	21%
	Buena	195	49%
	Regular	96	25%
	Mala	20	5%
	TOTAL	395	100%
Transporte	Muy Buena	38	10%
	Buena	137	35%
	Regular	184	46%
	Mala	36	9%
	TOTAL	395	100%
Hospedaje	Muy Buena	44	11%
	Buena	137	35%
	Regular	172	43%
	Mala	42	11%
	TOTAL	395	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 28: Representación gráfica Pregunta 9



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

El 21% de los entrevistados expresan que la calidad de servicio que prestan los establecimientos de alimentación es muy buena, el 49% indica que es buena, el 25% dice que es regular y el 5% concuerda que es mala, así mismo el 10% dice que la calidad de servicios brindada en el transporte es muy buena, el 35% dice que es buena, el 46% expresa que es regular y el 9% menciona que es mala, en cambio el 11% señala que la calidad de servicio de los sitios de hospedaje es muy buena, el 35% alude que es buena, el 43% menciona que es regular y el 11% concuerdan en que la calidad del servicio es mala.

Se puede identificar que la calidad de servicio que se brinda en una empresa turística es intangible, precisamente porque lo que se mide es el servicio brindado, el cual está conformado por la actitud del personal, las competencias profesionales, la infraestructura, la higiene, la calidad del producto y la comunicación, entre otros, que son puntos importantes a la hora de evaluar la calidad de un servicio y que debería ser constantemente medido, para que de esta manera se establezcan estrategias adecuadas que permitan otorgar al cliente un excelente servicio, siendo importante que no solamente una acción ayude a que se alcance el propósito, si no que se realice un trabajo en conjunto que permitirá que el turista se sienta conforme y regrese al establecimiento turístico.

PREGUNTA 10:

¿Está de acuerdo en que el personal cuenta con suficiente capacitación para el correcto desenvolvimiento de su trabajo, en los siguientes establecimientos turísticos?

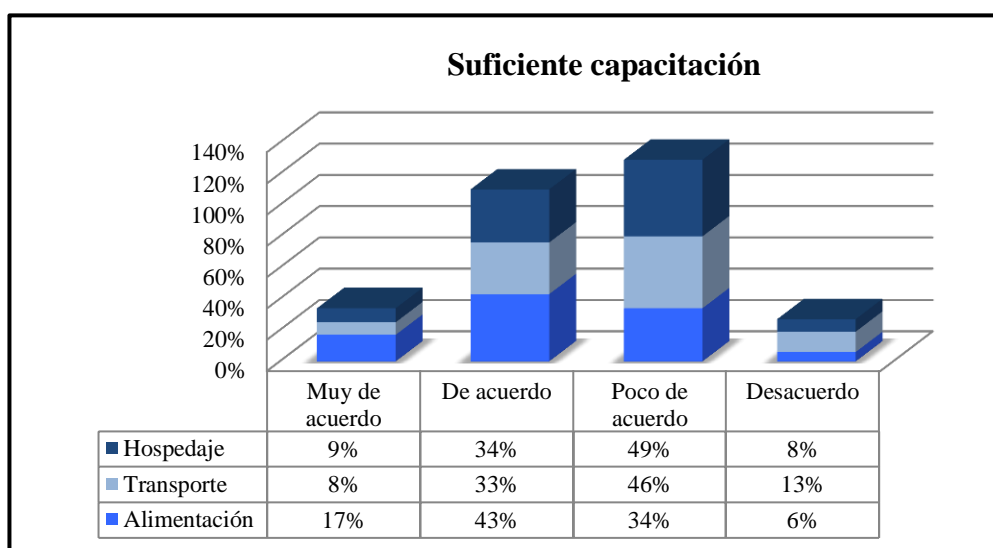
Tabla 29: Tabulación Pregunta 10

ESTABLECIMIENTO TURÍSTICO	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alimentación	Muy de acuerdo	66	17%
	De acuerdo	171	43%
	Poco de acuerdo	134	34%
	Desacuerdo	24	6%
	TOTAL	395	100%
Transporte	Muy de acuerdo	30	8%
	De acuerdo	129	33%
	Poco de acuerdo	184	46%
	Desacuerdo	52	13%
	TOTAL	395	100%
Hospedaje	Muy de acuerdo	36	9%
	De acuerdo	135	34%
	Poco de acuerdo	194	49%
	Desacuerdo	30	8%
	TOTAL	395	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 29: Representación gráfica Pregunta 10



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

La totalidad de respuestas muestran que el 17% de los turistas consideran estar muy de acuerdo en la capacitación que tienen los trabajadores de los establecimientos de alimentación, mientras que el 43% dice estar de acuerdo, el 34% menciona estar poco de acuerdo y un 6% indica estar en desacuerdo, de igual manera el 8% expresan estar muy de acuerdo con la capacitación con la que cuenta el personal del transporte, el 33% dice estar de acuerdo, el 46% indica estar poco de acuerdo y el 13% menciona estar en desacuerdo, así mismo el 9% de los turistas dicen estar muy de acuerdo en la capacitación del personal de los lugares de hospedaje, el 34% expresa estar de acuerdo, mientras el 49% menciona estar poco de acuerdo y el 8% coinciden estar en desacuerdo en el nivel de capacitación de los trabajadores.

Se puede indicar entonces que la capacitación dentro de una empresa constituye un factor importante para medir el grado de satisfacción del cliente, y si no contamos con un personal altamente calificado en temas de conocimiento, habilidades y actitudes no se logrará que efectúen un correcto desempeño de su trabajo, mostrando que los niveles de satisfacción en lugar de mejorar se reduzcan, llegando ha ser el aprendizaje la única ventaja competitiva para sobrevivir en este mercado global cada vez más exigente.

PREGUNTA 11:

¿Considera usted que la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia la Matriz de Patate es?

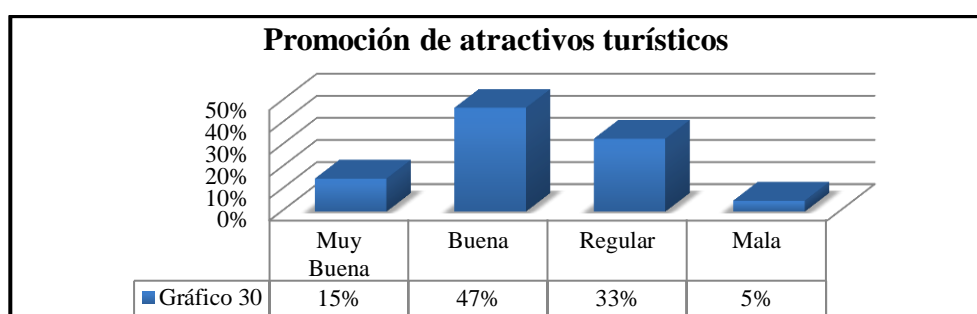
Tabla 30: Tabulación Pregunta 11

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	60	15%
Buena	185	47%
Regular	130	33%
Mala	20	5%
TOTAL	395	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 30: Representación gráfica Pregunta 11



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

El 15% de los entrevistados opinan que la promoción de los atractivos turísticos es muy buena, el 47% creen que es buena, el 33% dice que es regular y el 5% menciona que es mala.

Con los resultados obtenidos se interpreta que la promoción turística no llega a todos los destinos o lugares en donde se encuentran los turistas, actualmente vivimos en un mundo globalizado donde abunda la demanda de productos y servicios por lo que es importante poner en práctica la comunicación y promoción, de las mano de las autoridades quienes han tratado de difundir en mayor escala los atractivos, no siendo suficientes los esfuerzos puesto que existen lugares que todavía no se han podido dar a conocer al turista.

PREGUNTA 12:

¿Cuál es su promedio de gasto por persona cuando visita la parroquia la Matriz del cantón Patate?

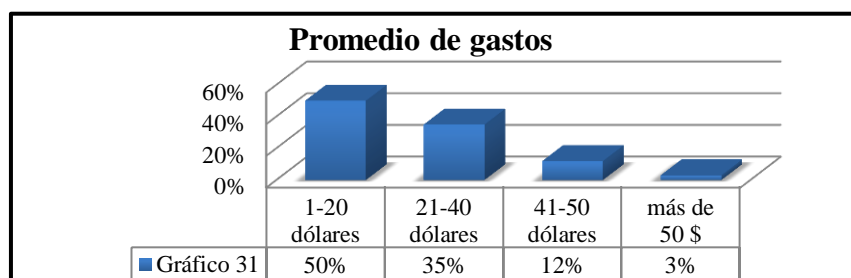
Tabla 31: Tabulación Pregunta 12

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-20 dólares	197	50%
21-40 dólares	138	35%
41-50 dólares	46	12%
Más de 50 \$	14	3%
TOTAL	395	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 31: Representación gráfica Pregunta 12



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

El total de las respuestas obtenidas por los encuestados indican que el 50% de los turistas gasta entre 1 y 20 dólares, el 35% dice que suelen gastar entre 21-40 dólares y el 12% dice que los turistas invierten entre 41 y 50 dólares en los establecimientos turísticos y el 3% indica que invierte más de 50 dólares.

Se deduce que la inversión realizada por los turistas están en un rango entre 1 a 20 dólares, se debe mencionar que el caso de las autoridades se designó un rango económico de acuerdo al perfil del turista, esto puede deberse a varios factores entre ellos, que el turista no se siente conforme con la calidad de servicio y por lo tanto no realizan un buen porcentaje en consumo turístico, o puede deberse también a la escasas de planta turística que motive al gasto o consumo por parte del visitante, desaprovechando el efecto multiplicador que esta actividad provoca.

PREGUNTA 13:

¿Cree usted que el turismo puede ser una fuente de ingresos importante para la parroquia la Matriz del cantón Patate?

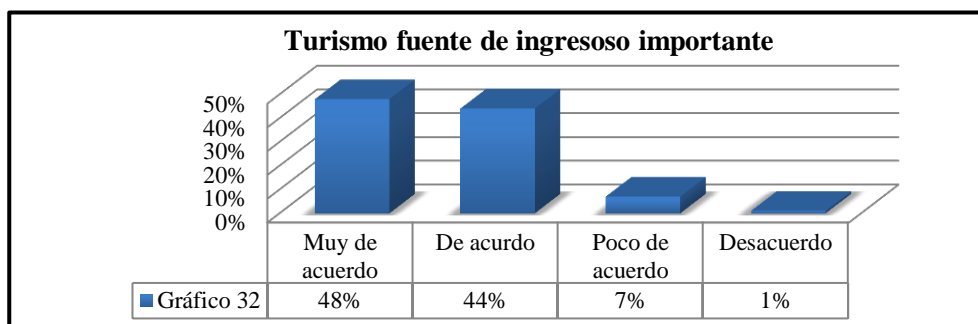
Tabla 32: Tabulación Pregunta 13

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	190	48%
De acuerdo	176	44%
Poco de acuerdo	27	7%
Desacuerdo	2	1%
TOTAL	395	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 32: Representación gráfica Pregunta 13



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

190 encuestados es decir el 48% afirma estar muy de acuerdo con que el turismo es una fuente de ingresos importante para la parroquia, el 44% menciona estar de acuerdo, el 7% dice estar poco de acuerdo y el 1% dice estar desacuerdo.

Según la información plasmada, se puede mencionar el turismo es considerado como un multiplicador de los ingresos económicos, considerando al gasto turístico como una entrada que benéfica a sectores relacionados directamente con la actividad turística e indirectamente beneficiando a otros sectores, a partir de allí el gasto se distribuye en forma de salarios, beneficios, intereses, o impuestos entre otros, teniendo una continuidad en la cadena, ya que con ese ingreso se genera demanda sobre otros sectores de la economía.

PREGUNTA 14:

¿La calidad de vida de los habitantes según su criterio es: ?

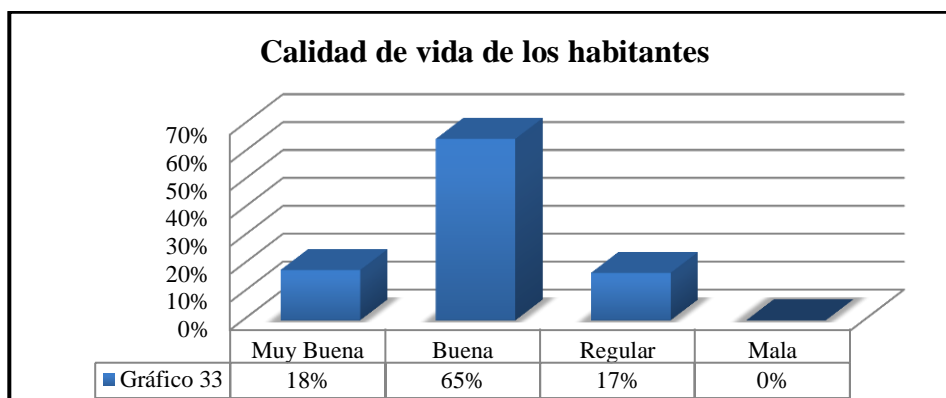
Tabla 33: Tabulación Pregunta 14

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	72	18%
Buena	256	65%
Regular	67	17%
Mala	0	0%
TOTAL	395	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 33: Representación gráfica Pregunta 14



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

El 18% piensa que la calidad de vida de los habitantes es muy buena, mientras que el 66% menciona que es buena y el 17% coinciden que es regular la calidad de vida de los pobladores de la parroquia la Matriz.

De acuerdo a la información obtenida se puede mencionar que el turismo puede considerarse como un instrumento de apoyo para mejorar la calidad de vida de los habitantes, a pesar de que la calidad de vida es un concepto multidimensional se incluyen para su medición elementos como tener una vida digna, agradable, cómoda y satisfactoria, consiguiendo mayores niveles de bienestar, para que así, la parroquia mejore no solo en aspectos turísticos, si no, también en aspectos ambientales, económicos, tecnológicos, sociales, etc.

PREGUNTA 15:

¿Considera usted que los habitantes de la parroquia la Matriz del cantón Patate pueden vivir del turismo?

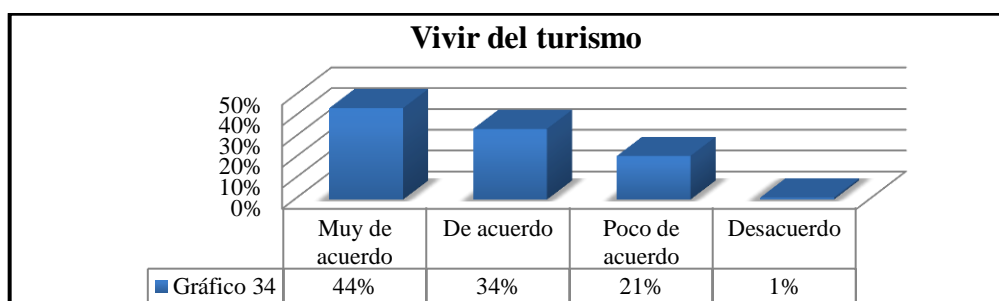
Tabla 34: Tabulación Pregunta 15

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	174	44%
De acuerdo	134	34%
Poco de acuerdo	84	21%
Desacuerdo	3	1%
TOTAL	395	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Gráfico 34: Representación gráfica Pregunta 15



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Análisis e interpretación

174 personas es decir el 44% de encuestados respondió que están muy de acuerdo que se puede vivir del turismo, el 34% de los encuestados dice que está de acuerdo, el 21% menciona estar poco de acuerdo con que se pueda vivir del turismo y el 1% están en desacuerdo.

Se puede decir entonces que, a pesar de que el turismo es una actividad que recién empieza a crecer en el Ecuador los pobladores de la parroquia la Matriz pueden dedicarse a esta actividades, ya que gracias a sus atractivos y ubicación se pueden crear proyectos innovadores que generen ingresos económico y de esta manera se beneficie a las familias de la parroquia, considerado importante el desarrollo en conjunto de una cultura turística, que permita un adecuado crecimiento del sector turístico.

4.2 Verificación de hipótesis

Para la verificación de la hipótesis del presente trabajo investigativo se utilizará el método estadístico conocido como chi cuadrado (χ^2)

4.2.1 Planteamiento de la hipótesis

H0. Los atractivos turísticos **NO** influyen en el desarrollo turístico de la parroquia la Matriz del cantón Patate.

H1. Los atractivos turísticos **SI** influye en el desarrollo turístico de la parroquia la Matriz del cantón Patate.

4.2.2 Selección del nivel de significación

Para la verificación de la hipótesis se utilizara el nivel de $\alpha=0.05$

4.2.3 Descripción de la población

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

Tabla 35: Descripción de la población

POBLACIÓN	MUESTRA
Autoridades	2
Servidores Turísticos	50
Turistas Semanales	393
TOTAL	445

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

4.2.4 Especificación de la estadística

Se lo enunciará en un cuadro, el mismo que determinará las frecuencias observadas y esperadas

Tabla 36: Frecuencias observadas

	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	
Alternativas	Los atractivos turísticos	El desarrollo del turismo	
	¿Considera usted que los atractivos culturales como: (fiestas, iglesias, museos, gastronomía, etc.) son capaces de atraer la atención del turista	¿Cree usted que el turismo puede ser una fuente de ingresos importante para la parroquia la Matriz del cantón Patate?	
	FRECUENCIAS OBSERVADAS	FRECUENCIAS OBSERVADAS	TOTAL
Muy de acuerdo	162	204	366
De acuerdo	236	204	440
Poco de acuerdo	40	35	75
Desacuerdo	7	2	9
TOTAL	445	445	890

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Tabla 37: Frecuencias esperadas

	VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	
Alternativas	Los atractivos turísticos	El desarrollo del turismo	
	¿Considera usted que los atractivos culturales como: (fiestas, iglesias, museos, gastronomía, etc.) son capaces de atraer la atención del turista	¿Cree usted que el turismo puede ser una fuente de ingresos importante para la parroquia la Matriz del cantón Patate?	
	FRECUENCIAS OBSERVADAS	FRECUENCIAS OBSERVADAS	TOTAL
Muy de acuerdo	183,00	183,00	366,00
De acuerdo	220,00	220,00	440,00
Poco de acuerdo	37,50	37,50	75,00
Desacuerdo	4,50	4,50	9,00
TOTAL	445,00	445,00	890,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

4.2.5 Especificaciones de las regiones de aceptación y rechazo

Para determinar el grado de libertad se aplica la siguiente formula:

$$gl = (\# \text{ de columnas} - 1) (\# \text{ de variables} - 1)$$

Reemplazando los datos:

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

$$Gl = (1) (3)$$

$$Gl = 3$$

El Chi X^2 tabular es: $X^2 T = 7.81$

4.2.6. Regla de decisión

Con 3 grados de libertad y a nivel 95% (0.95) de significación la tabla de $X^2 T = 7.81$, por lo tanto si el $X^2 T \geq X^2 C$ se aceptará la hipótesis nula (H_0), caso contrario se aceptará la hipótesis alternativa (H_1).

4.2.7. Recolección de datos y cálculo de lo estadístico

Para esto se utilizará la siguiente formula:

$$X^2 = \frac{\sum [O-E]^2}{E}$$

X^2 = Valor a calcularse el chi-cuadrado

\sum = Sumatoria

O = Frecuencia observada, datos de la investigación.

E = Frecuencia teórica o esperada.

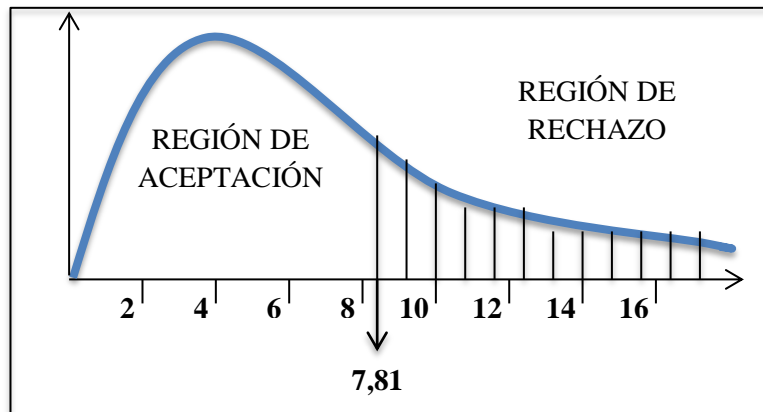
Tabla 38: Chi Cuadrado Calculado

O	E	O-E	(O-E) ²	(O-E) ² /E
162	183,00	-21,00	441,00	2,41
236	220,00	16,00	256,00	1,16
40	37,50	2,50	6,25	0,17
7	4,50	2,50	6,25	1,39
204	183,00	21,00	441,00	2,41
204	220,00	-16,00	256,00	1,16
35	37,50	-2,50	6,25	0,17
2	4,50	-2,50	6,25	1,39
X²				10,26

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Se puede observar que el X^2_C (calculado) 10.26 es mayor que el X^2_T (tabular) 7.81, por lo tanto se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 .

Gráfico 35: Curva estática de aceptación y rechazo



Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2013)

Con 3 grado de libertad y 95% de confiabilidad, aplicando la prueba del X^2 (Chi cuadrado) se tiene que el valor tabular es igual a 7,81; de acuerdo a los resultados obtenidos con los datos tomados de la encuesta se ha calculado el valor de X^2 alcanza a 10,26; lo que implica que se rechaza la hipótesis nula, aceptando la hipótesis alterna o de trabajo que dice: **Los atractivos turísticos si influyen en el desarrollo turístico de la parroquia la Matriz del cantón Patate.**

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

En consideración a la investigación plasmada en el presente trabajo, es importante resumir lo más destacado del estudio por lo que se han establecido conclusiones:

- Es notorio la falta de conocimiento por parte de los encuestados, acerca de los atractivos turísticos de la parroquia, siendo únicamente los más conocidos la gastronomía y las fiestas en honor al Señor del Terremoto.
- La población investigada está de acuerdo que el desarrollo turístico permitirá mayor afluencia de turistas y por lo tanto un aumento de los ingresos económicos, mejorando así su calidad de vida.
- El turista está poco de acuerdo con la calidad de servicio que recibe por parte de los establecimientos turísticos, debido a la escasa profesionalización que tiene el personal involucrado en estas áreas.
- Los habitantes no tienen la suficiente información sobre la importancia y beneficios de la conservación de los recursos naturales y culturales.
- De la investigación realizada se puede concluir que los atractivos turísticos tienen una gran incidencia en el desarrollo turístico del lugar, requiriendo una mayor difusión tanto de los más reconocidos y otros que aún no se han identificado como tal.

5.2 RECOMENDACIONES

De la investigación realizada se puede dar las siguientes recomendaciones:

- Gestionar con las autoridades sectoriales el mejoramiento de las estrategias de difusión turística de la parroquia la Matriz de Patate, para utilizar la tecnología, que en la actualidad se encuentra en la vanguardia, como herramienta para brindar información turística.
- Incentivar a las comunidades a incursionar en la actividad turística, a través de emprendimientos turísticos apoyados por las gobernanzas, convirtiéndose en una alternativa que podría generar créditos económicos adicionales a los de su actividad económica cotidiana.
- Capacitar constantemente al personal en temas de atención al cliente y calidad de servicio y mantener motivado y satisfecho al cliente interno para que de este modo contagie dicha motivación y satisfacción al cliente externo, considerando que el aprendizaje es la única ventaja competitiva para sobrevivir en el mercado global cada vez más exigente.
- Infundir en los habitantes el cuidado y conservación de los atractivos turísticos a través de capacitaciones en temas relacionados con la sostenibilidad, ordenamiento territorial, para lograr una mayor conciencia ambiental que procure la práctica de un turismo consiente y genere interés turístico en los pobladores.
- Implementar un sistema de difusión turística, ágil y que brinde información actualizada sobre los diferentes atractivos que posee la parroquia la Matriz del cantón Patate.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos informativos

TÍTULO: Elaboración de una aplicación turística digital para potencializar los atractivos turísticos de la parroquia la Matriz del cantón Patate provincia de Tungurahua.

UBICACIÓN:

Provincia: Tungurahua

Cantón: Patate

Parroquia: La Matriz

Límites: Norte: Parroquias el Sucre y los Andes

Sur: El cantón Baños

Este: La parroquia el Triunfo

Oeste: Cantón Pelileo

Organización: Cabildos

Población: 8154 habitantes (CPV 2010)

Extensión : 75.97 km² (PDOT 2011)

Temperatura: La temperatura media anual es de 16°C y 19°C

Altitud : 2220 m.s.n.m. (Centro de la Parroquia)

Beneficiarios: Los pobladores de la parroquia la Matriz y turistas.

Tiempo estimado para la ejecución: Inicio: Diciembre 2014 **Fin:** Enero 2014

Equipo técnico responsable: Investigadora; Johanna Monge

Colaboración: Ing. Fernando Moyota

Gráfico 36: Ubicación de la Propuesta



Fuente: TAMAYO, R (2009)

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

6.2 Antecedentes de la propuesta

Se concluyó que la escasa difusión de los atractivos no ha permitido que se posicionen en el mercado otros sitios turísticos, los esfuerzos realizados en conjunto con el Gobierno Provincial, el Ministerio de Turismo y la Unidad de Turismo de Patate no han logrado llegar a la mente del consumidor y a la vez propiciar el interés por visitar los demás atractivos creyendo así que solamente es una buena fecha para visitar la parroquia cuando se celebra las fiestas del Señor del Terremoto, o para deleitarse de su gastronomía, dejando aún de lado sitios naturales de gran importancia.

La conservación es un tema importante para el desarrollo del turismo y los habitantes no cuentan con la suficiente información sobre la importancia y beneficios de la conservación de los recursos naturales y culturales, ocasionando un desinterés por parte de los pobladores, quienes no poseen el adecuado conocimiento para brindar una correcta información sobre los atractivos turísticos de la parroquia.

Siendo entonces uno de los más graves conflictos el no tener información suficiente de los diferentes atractivos turísticos que pueden ser visitados en la parroquia y optar únicamente por los más conocidos y mencionados.

Con una herramienta como es la aplicación turística, se podrá brindar una apropiada información sobre los atractivos turísticos del sector, haciendo partícipe a los visitantes y habitantes sobre los diversos sitios a los cuales se puede acceder para realizar actividades turísticas, agroturísticas, recreativas, de entretenimiento, culturales, entre otras.

La difusión de los atractivos turísticos de la parroquia la Matriz inciden en el desarrollo turístico del lugar, ya que de esta forma se lograría mayor afluencia de turistas y por lo tanto un aumento de los ingresos económicos, mejorando así la calidad de vida de los habitantes, siempre y cuando se lo realice de forma organizada, lo que permitirá un adecuado crecimiento en la actividad turística del sector.

6.3 Justificación

La aplicación de la propuesta planteada se debe a la búsqueda y el aprovechamiento de otras herramientas publicitarias como es en la actualidad el internet y las aplicaciones informáticas, en este caso se habla de una aplicación turística digital diseñada para brindar al turista la información de los atractivos del lugar.

Este proyecto es de gran importancia, para los habitantes de la parroquia la Matriz quienes a través de la afluencia turística generadas con esta propuesta, podrán

incursionar en emprendimientos turísticos, y como resultado incrementar el desarrollo turístico.

La aplicación será de utilidad para los turistas quienes obtendrán la información ágil y rápida directamente de su celular, sin tener que movilizarse hasta la provincia o parroquia para adquirir información impresa, que muchas veces no puede ser obtenida en otros lugares.

La aplicación turística digital es una difusión original de información ya que, pretende estar a la vanguardia de la tecnología y disponer de información en tiempo real y personalizado sobre cada atractivo turístico con una imagen y datos básicos necesarios para el turista.

Las personas beneficiarias con esta aplicación serán tanto turistas como habitantes quienes al descargar la aplicación contarán con información de los atractivos, además que esta propuesta brinda la opción de conocer los eventos que se programan durante el año, ya que cuenta con una agenda que especifica las actividades que se desarrollaran dentro de la parroquia.

La propuesta de la aplicación turística es factible ya que, existe el personal capacitado en la elaboración de este tipo de sistemas y la información turística necesaria.

6.4 Objetivos

Elaborar una aplicación turística digital para potencializar los atractivos turísticos de la parroquia la Matriz de cantón Patate provincia de Tungurahua.

6.4.1 Objetivos Específicos

- Socializar la implementación de la aplicación turística con las autoridades de la parroquia la Matriz del cantón Patate.
- Planificar los procesos y acciones que permitirán la correcta puesta en marcha de la aplicación turista.

- Ejecutar las acciones y actividades que permitan el diseño de la aplicación turística digital para brindar información turística de la parroquia.
- Evaluar la accesibilidad de la aplicación turística digital.

6.5 Análisis de factibilidad

Social: Esta propuesta cuenta con factibilidad social ya que será una aplicación de libre acceso, fácil de usar, que permitirá a los turistas acceder a información de la parroquia, impulsando la inclusión en la actividad turística y por ende en la sociedad local, contribuyendo con los habitantes de la parroquia la Matriz quienes se vinculan con el sector turístico.

Cultural: Con esta propuesta se podrá mostrar la cultura de la parroquia incentivando a los turistas a conocer y aprender de los saberes y tradiciones de la zona, promoviendo a la conservación y fortalecimiento de la cultura local.

Tecnológica: Para la sociedad moderna, en la actualidad la tecnología es indispensable, los esfuerzos científicos hoy en día se centran en crear nuevas tecnologías que cubran las necesidades sociales, existiendo así varios equipos tecnológicos como computadoras, cámaras fotografías, video cámaras, etc. y servicio de internet que permiten el desarrollo de sistemas para aplicaciones digitales, siendo factible tecnológicamente la realización de esta propuesta.

Económica: El financiamiento para el diseño de una aplicación turística digital de la parroquia la Matriz del cantón Patate, proviene enteramente de recursos económicos de la autora de la investigación.

Ambiental: Es ambientalmente factible ya que esta aplicación turística no provocará daños al medio ambiente puesto que, no necesita ser impresa, utilizando gran cantidad de papel y puede ser manejada digitalmente.

Operativa: La presente aplicación será descargada directamente del internet con un link que al cliquearlo automáticamente descargará la aplicación, obteniendo la información de manera inmediata, siendo operativamente factible y de fácil uso.

Equidad de género: Las personas que podrán acceder a ésta aplicación serán los turistas sin ninguna excepción de género, estatus económico, social, político, religioso, etc.

Legal: Esta propuesta está legalmente respaldada por la Ley de Turismo del Ecuador en cuyo capítulo I menciona que:

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

- e) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- f) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- i) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;

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

- f) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- g) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- j) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Según lo expuesto en el artículo 33 de la Ley de Turismo del Ecuador, Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno, rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

Además se respalda en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en el capítulo III de la regulación de la publicidad y su contenido.

Art. 6.- Publicidad Prohibida.- Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.

6.6 Fundamentación Teórica

INFORMÁTICA

GISPERT, C. (2002), menciona que: “la informática se deriva de los vocablos: información y automatización, siendo la ciencia de la información automatizada, todo aquello que tiene relación con el procesamiento de datos, utilizando las computadoras y/o los equipos de procesos automáticos de información.

RAMAS DE LA INFORMÁTICA.

Cibernética: Ciencia que estudia los mecanismos automáticos de comunicación y de control de los seres vivos y de las máquinas.

Robótica: conjunto de estudios y técnicas destinadas a fabricar sistemas capaces de desempeñar funciones motrices e intelectuales en sustitución del hombre, haciendo su trabajo meramente automático.

Computación: Conjunto de conocimientos científicos y de técnicas que hacen posible el tratamiento automático de la información por medio de computadoras.

Ofimática: Equipamiento que se utiliza para generar, almacenar, procesar o comunicar información en un entorno de oficina la cual se puede generar, copiar y transmitir de forma manual, eléctrica o electrónica.

Telemática: Conjunto de servicios y técnicas que asocian las telecomunicaciones y la informática; ofrece posibilidades de comunicación e información”.

PROGRAMA

“Es una secuencia de instrucciones que indican al hardware de un ordenador qué operaciones debe realizar con los datos, pueden estar incorporados al propio hardware, o bien pueden existir de manera independiente en forma de software”. GISPERT, C. (2002).

UBACH, T. (2002), “Es sinónimo de software, el conjunto de instrucciones que ejecuta un ordenador o computadora. El término puede referirse al código fuente original o a la versión ejecutable (en lenguaje máquina) de un componente de software”.

SOFTWARE

Para GISPERT, C. (2002). “Es el conjunto de instrucciones que un ordenador emplea para manipular datos. Estos programas suelen almacenarse y transferirse a la CPU a través del hardware de la computadora. El software también rige la forma en que se utiliza el hardware”.

Según la definición del IEEE, citada por LEWIS, G. (1994), “software es la suma total de los programas de computadora, procedimientos, reglas, la documentación asociada y los datos que pertenecen a un sistema de cómputo”. Según el mismo autor, “un producto de software es un producto diseñado para un usuario”

En otras palabras, SÁNCHEZ, M. (1995), menciona que el programa es un “conjunto de pasos que indican a la máquina (hardware) aquello que debe hacer”.

CROWTHER, J. (1993), señala que “el término software o programa se aplica a aquellos componentes de un sistema informático que no son tangibles, es decir, que físicamente no se pueden tocar”. Para FREEDMAN, A. (1984), el programa es sencillamente “el conjunto de instrucciones que contiene la computadora, ya sean instrucciones para poner en funcionamiento el propio sistema informático (software de sistema) o instrucciones concretas dirigidas a programas particulares del usuario (software específico)”.

El software se clasifica en 4 diferentes Categorías:

- Lenguajes de Programación
- Software de uso general
- Software de Aplicación
- Sistemas Operativos

SOFTWARE DE APLICACIÓN

Según JAMRICH, J. (2004), “La palabra aplicación tiene varios significado. Uno de ellos es sinónimo de uso. Una computadora tiene muchos usos, crear documentos, procesar números, dibujar, editar y diseñar. Cada uno de estos usos se considera una aplicación y el software que proporciona a la computadora las instrucciones para cada uno de estos usos se le denomina software de aplicación (o simplemente aplicación)”.

De acuerdo con, ACALDE, E. (1994), el software de aplicación: “Es el compuesto por el conjunto de programas que asido diseñado para que la computadora pueda desarrollar un trabajo. Pertenece a este determinado grupo de los denominados paquete de software, que consiste en un programa que permite editar texto, guardar datos, sacar informes sacar cálculos y comunicarnos con otros usuario y algunos trabajos típicos en el uso de las computadoras.

APLICACIÓN-APP

El término App es la abreviatura de Application y como tal, una App es una aplicación de software que se instala en dispositivos móviles o tablets para ayudar al usuario en una labor concreta, ya sea de carácter profesional o de ocio y entretenimiento.

El objetivo de una app es facilitar la consecución de una tarea determinada o asistir en operaciones y gestiones del día a día. Para la revista lanación.com (Abril 2011), “la aplicación es un programa que se instala en un dispositivo móvil ya sea teléfono o tableta y que se puede integrar a las características del equipo, como su

cámara o sistema de posicionamiento global (GPS). Además se puede actualizar para añadirle nuevas características con el paso del tiempo.

Las aplicaciones proveen acceso instantáneo a un contenido sin tener que buscarlo en Internet y una vez instaladas, generalmente se puede acceder a ellas sin necesidad de una conexión a la Red. Cada vez más empresas están lanzando programas de este tipo para ayudar a sus clientes a encontrar establecimientos cercanos.

La empresa de investigación ABI Research asegura que en 2010 se descargaron casi 8000 millones de App en todo el mundo, lo que representa una clara muestra de su éxito.”

Las aplicaciones se pueden construir con pequeños programas de apenas unas líneas de código, sin mayores esfuerzos, hasta grandes obras de ingeniería informática, con miles de horas de trabajo detrás. El tamaño, sin embargo, no es de gran importancia para definir el éxito de una aplicación, sino más bien se enfocan en que sean aplicaciones que cubran las necesidades del usuario.

APLICACIÓN WEB

“En la Ingeniería de software se denomina aplicación web a aquellas aplicaciones que los usuarios pueden utilizar accediendo a un Servidor web a través de Internet o de una intranet mediante un navegador. En otras palabras, es una aplicación (Software) que se codifica en un lenguaje soportado por los navegadores web en la que se confía la ejecución al navegador”. ECURED (2014).

APLICACIÓN MOVIL

Según Alerta enLínea.com una aplicación móvil es “un programa que se puede descargar y al que se puede acceder directamente desde el teléfono o desde algún otro aparato móvil, como por ejemplo una Tablet o un reproductor MP3”.

6.7 Modelo Operativo

Tabla 39: Modelo Operativo

FASES	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO
Socialización	Socializar la implementación de la aplicación turística con las autoridades de la parroquia la Matriz del cantón Patate.	Realizar una reunión con las autoridades para brindar información sobre la nueva aplicación turística que se va a ejecutar.	Investigadora	1 semana
Planificación	Planificar los procesos y acciones que permitirán la correcta puesta en marcha de la aplicación turista	Levantar información de campo. Identificar los atractivos culturales y naturales que deben incluirse en la aplicación turística.	Investigadora	2 semanas
Ejecución	Ejecutar las acciones y actividades que permitan el diseño de la aplicación turística digital para brindar información turística de la parroquia	Digitalizar en un lenguaje de programación el contenido web. A través de un código abierto diseñar aplicaciones móviles a partir del contenido web. Promocionar mediante red social la descarga de la aplicación para incrementar la demanda turística	Investigadora	4 semanas
Evaluación	Evaluar la accesibilidad y utilidad de la aplicación turística	Monitorear e identificar el número de descargas efectuadas	Investigadora	1 semana

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

6.8 Descripción de la propuesta

6.8.1 Introducción

La aplicación turística denominada Patate Guide es una guía digital de los atractivos turísticos de la parroquia la Matriz del cantón Patate, la cual puede ser descargada desde un link que al cliquearlo permitirá la instalación directa en celulares con sistema operativo android e iOS. Esta aplicación una vez descargada no es necesario vincularla con el internet, puede ser usada directamente desde el celular sin conexión.

Patate Guide es una guía digital, su utilización es muy fácil ya que, posee un menú el cual contiene información sobre los diferentes atractivos turísticos en donde se muestra una fotografía del mismo, información básica del lugar y la dirección del atractivo, además puede ser usado en dos idiomas: en inglés y español, el cual se programa de acuerdo al idioma que maneje el dispositivo.

También muestra una agenda en donde se publicará información sobre ferias, fiestas, caminatas, eventos entre otros, que se realicen en la parroquia ya que, se encontrarán en constante actualización puesto que pueden ser efectuadas por la investigadora.

Patate Guide

El nombre de esta guía nace después de investigaciones las cuales muestran que una de las palabra más buscada en google para realizar viajes es “guide”, siendo este nuestro motor para iniciar la conjugación de las palabras y Patate que es el nombre del cantón en donde se realizó la investigación, creándose el nombre de Patate Guide.

Permitiendo así que el proyecto no solamente se mantenga con atractivos de la Parroquia la Matriz, si no, que se pueda seguir adhiriendo información de los diferentes lugares y destinos del cantón Patate.

Logotipo

El logo es el distintivo que refleja la identidad de la aplicación, y está compuesto por el volcán Tungurahua en la parte posterior que representa la vista panorámica que posee la parroquia hacia este volcán, y por las frutas como el aguacate, el duraznos y las uvas, las cuales son cultivadas en la Matriz y constituyen un factor importante en la economía del lugar.

Gráfico 37: Logotipo



Fuente: PatateGuide

6.8.2 Contenido de la Aplicación

Dentro de la aplicación digital se podrá observar la siguiente información turística:

PROVINCIA DE TUNGURAHUA

La provincia de Tungurahua se encuentra ubicada en el centro del País, presenta una topografía muy variada, pues alberga a volcanes, montañas, planicies y valles.

DIVISION POLÍTICA: La provincia se divide en 9 cantones: Ambato, Baños, Cevallos, Mocha, PATATE, Pelileo, Pillaro, Quero, Tisaleo

CAPITAL: Ambato

EXTENSIÓN: La superficie de la provincia de Tungurahua es 3.365,13 km²

CANTÓN PATATE

El territorio del cantón Patate se halla en la cordillera oriental de los Andes. La versión del vocablo Patate significa “El que estalla con estruendo”, aludiendo al volcán Tungurahua.

PARROQUIAS

- Patate La Matriz
- El Sucre
- Los Andes
- El Triunfo

EXTENSIÓN: La superficie del cantón Patate es de 314, km² incluido el Parque Nacional Llanganates.

DISTANCIA DESDE OTRAS CIUDADES HACIA PATATE

- | | | |
|-------------|--------|------------|
| - AMBATO | 26 km | 40 minutos |
| - QUITO | 151 km | 3 horas |
| - GUAYAQUIL | 275 km | 6 horas |
| - CUENCA | 321 km | 7 horas |

TRANSPORTE: Para llegar al cantón Patate existen dos cooperativas de transporte:

- Cooperativa de transporte PATATE
- Cooperativa de transporte TRANS VALLE.

Dentro del cantón Patate el transporte interno se lo realiza en cooperativas de camionetas.

TELEFONOS IMPORTANTES

- | | |
|---------------|-------------------|
| - Bomberos | (+0593) 032870102 |
| - Hospital | (+0593) 032870133 |
| - Emergencias | 911 |

MUSEO RELIGIOSO Y ARQUEOLÓGICO SEÑOR DEL TERREMOTO

UBICACIÓN

- Provincia de Tungurahua
- Cantón Patate
- Parroquia La Matriz
- Sector Patate centro
- En el interior de la Iglesia San Cristóbal de Patate
- Diagonal al Parque Central

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS:

- Altitud: 2.192 m.s.n.m.
- Temperatura: 16oC a 19o C

ATRACCIÓN

En este sitio se encuentran restos de la cultura Panzaleo que habitaron en el territorio del cantón Patate.

Pinturas y esculturas elaboradas sobre oleo-lienzo y madera, que datan de los siglos XVII y XIX.

Se puede observar las vestimentas del Señor del Terremoto, fotografías y esculturas.

HORARIO

- De miércoles a domingo
- 09h00 a 13h00 de 15h00 a 19h00

COSTO

- Adulto: 1 dólar
- Niños y personas de la tercera edad: 50 centavos

PASAJE MARCIAL SORIA

UBICACIÓN

- Provincia de Tungurahua
- Cantón Patate
- Parroquia La Matriz
- Sector Patate centro
- Detrás de la Iglesia San Cristóbal de Patate
- Diagonal al Parque Central

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS:

- Altitud: 2.192 m.s.n.m.
- Temperatura: 16oC a 19o C

ATRACCIÓN

En este lugar se puede apreciar el trabajo realizado por el señor Gustavo Mosquera artista de la localidad.

En los murales del Pasaje Soria se puede contemplar las vivencias del Patate antiguo y contemporáneo, sus atractivos turísticos, festividades, quincenarios producción agrícola, gastronomía, entre otros.

HORARIO

- Todos los días
- De 08h00 a 18h00

COSTO:

No tiene costo

PARQUE CENTRAL SIMÓN BOLIVAR

UBICACIÓN

- Provincia de Tungurahua
- Cantón Patate
- Parroquia La Matriz
- Sector Patate centro
- En la Av. Ambato
- Junto a la Iglesia del Señor del Terremoto

COORDENADAS:

- Latitud: 01o,18', 42.1'' S
- Longitud: 78o,30', 25'' W

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS:

- Altitud: 2.192 m.s.n.m.
- Temperatura: 16oC a 19o C

ATRACCIÓN

El Parque Central en el Patate antiguo se denominaba “Plaza Grande”, puesto que allí se realizaba corridas de toros, festividades del pueblo.

Este lugar cuenta con una importante población de especies vegetales como árboles y flores nativos de la zona. Un lugar para el deleite y descanso de los visitantes.

HORARIO:

Todos los días

GASTRONOMÍA

UBICACIÓN

- Provincia de Tungurahua
- Cantón Patate
- Parroquia La Matriz
- Sector Patate centro
- Frente al Parque Central

COORDENADAS:

- Latitud: 01o,18', 42.1'' S
- Longitud: 78o,30',25'' W

ATRACCIÓN

Las arepas de Patate es un plato típico reconocido a nivel nacional e internacional preparado a base de zapallo.

La preparación de las arepas es una tradición desde hace muchos años atrás, se cuenta que desde que los patateños viven allí se hacen las Arepas hechas en horno de leña, que generalmente se las acompañan con chicha de uva.

Este singular y característico plato que representa la gastronomía del Cantón Patate se vende en varios lugares del centro del Cantón.

HORARIO:

- De 8h00 a 18h00

COSTO:

- El costo de la bandeja de arepas es de 1 dólar y contiene cuatro arepas a 25 ctv., cada una.

ASOCIACIÓN AGROECOLÓGICA SAN RAFAEL ALTO

UBICACIÓN

- Provincia de Tungurahua
- Cantón Patate
- Parroquia La Matriz
- Sector San Rafael Alto

ACCESO

En el redondel con el monumento de la Patateñita ubicado en la entrada del cantón Patate, circunvalamos a la derecha y continuamos por la vía Patate-Baños, hasta llegar a San Rafael Alto, sector donde se encuentra la Finca.

DISTANCIA: 8 Km desde el centro de Patate.

ATRACCIÓN

Además se puede apreciar de un excelente paisaje rodeado de flora y fauna típica de la zona, en este sector se puede visitar los huertos frutales de mandarina, aguacate, limón, tomate de árbol, entre otros.

En este lugar se puede realizar Agroturismo.

HORARIO

- Sábados y domingo
- Previa cita

COSTO: A partir de un dólar dependiendo el producto

CONTACTO

- Asociación San Rafael
- Telf.: 0994862686

CASCADA DE MUNDUG

UBICACIÓN

- Provincia de Tungurahua
- Cantón Patate
- Parroquia La Matriz
- Sector Mundug

ACCESO

Para acceder al sitio se debe llegar al caserío Mundug y de allí se realiza un recorrido a pie en un sendero por alrededor de una hora.

DISTANCIA:

7 km desde el centro de Patate.

COORDENADAS:

- Latitud: 01o,17', 24,5'' S
- Longitud: 78o,28',26.8'' W

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS:

- Altitud: 2.720 m.s.n.m.
- Temperatura: 16oC a 19o C

ATRACCIÓN

Esta cascada se encuentra formando parte del río blanco, posee un ecosistema diverso. Es un atractivo natural de mucha relevancia para el Cantón.

El agua de la cascada es cristalina y sin contaminación, ya que se forma de todos los afluentes que se encuentran en los páramos del cantón Patate.

Su nombre significa “Chorro Negro” y el salto de agua tiene aproximadamente 20 metros.

VALLE DE SAN JAVIER

UBICACIÓN

- Provincia de Tungurahua
- Cantón Patate
- Parroquia La Matriz
- Sector San Javier

ACCESO:

En el redondel de la Patateñita ubicado en la entrada del cantón Patate, circunvalamos a la derecha y continuamos por la vía Patate - Baños, hasta llegar a San Javier, sector donde se encuentra un espacio deportivo de la comunidad.

ATRACCIÓN

En este sitio puede observar los tradicionales juegos que realizan los habitantes del lugar, como el índor y vóley, rodearse de un cálido clima y un hermoso paisaje con vista al volcán Tungurahua, además puede conversar con las personas de la localidad.

DÍAS:

Sábados y Domingos

TRADICIÓN DEL ANIMERO

UBICACIÓN

- Provincia de Tungurahua
- Cantón Patate
- Parroquia La Matriz

ATRACCIÓN

El animero es una tradición que se realiza en el sector la Matriz de Patate, su misión es encaminar a las almas del purgatorio por el sendero hacia el más allá. Para conseguirlo, 15 días antes del 2 de noviembre, recorren las calles y las comunidades con sus rezos y cánticos gritando con voz sonora ¡un padre nuestro y un ave maría, por las benditas almas del purgatorio, por amor de Dios;

HORARIO: Los animeros empiezan sus rondas a las 21:00 y las concluyen cerca de las 03:00

FIESTAS EN HONOR AL SEÑOR DEL TERREMOTO

UBICACIÓN

- Provincia de Tungurahua
- Cantón Patate
- Parroquia La Matriz
- Sector Patate centro
- Se celebra en las principales calles del cantón Patate.

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS:

- Altitud: 2.192 m.s.n.m.
- Temperatura: 16oC a 19o C

ATRACCIÓN

Constituye la fiesta mayor de los Patateños, donde se puede observar bailes folklóricos con música y color que derrochan entusiasmo y alegría.

Esta celebración se realiza en honor al Señor del Terremoto en agradecimiento a los milagros realizados a la comunidad Patateña.

FECHA: Los primeros días del mes de Febrero

CASCADA CARYACU

UBICACIÓN

- Provincia de Tungurahua
- Cantón Patate
- Parroquia La Matriz
- Sector Leito

ACCESO: El acceso se lo puede hacer hasta el sector de Leito en carro 4x4 y luego una caminata de 30 minutos

DISTANCIA: Se encuentra ubicado a 11 km del centro de Patate

COORDENADAS :

- Latitud: 01o,19', 99.4'' S
- Longitud: 78o,27', 60.4'' W

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS:

- Altitud: 2.920 m.s.n.m.
- Temperatura: 16oC a 19o C

ATRACCIÓN

La cascada se forma del río del mismo nombre, tiene un salto de agua de 13 metros de alto.

Existe una gran diversidad de flora entre las más sobresalientes están las orquídeas, helechos, líquenes y musgos.

OBSERVACIONES

Se puede acceder al lugar con la ayuda de un guía.

AGENDA 2014

- 4 febrero Festividad en Honor al Señor del Terremoto
- 3 marzo Carnaval
- 4 marzo Carnaval
- 13 de abril Domingo de Ramos
- 18 de abril Viernes Santo
- 19 de abril Sábado de Gloria
- 20 de abril Domingo de Resurrección
- 01 de mayo Día del Trabajador
- 11 de mayo Día de la Madre
- 24 de mayo Batalla de Pichincha
- 19 de junio Corpus Christi
- 13 de septiembre Fiestas de cantonización de Patate
- 10 de agosto Primer grito de Independencia
- 03 de noviembre Día de los Difuntos
- 25 de diciembre Navidad

6.8.3 Diseño de PatateGuide App

PatateGuide App es una aplicación móvil basada en el framework jQuery Mobile, HTML5; compilada con PHONEGAP v3.

PatateGuide App está disponible para descarga desde la URL: <https://patateguide.fmoyota.info> diseñada para dispositivos Android.

Definiciones:

HTML5.- Es un lenguaje de programación para estructurar y presentar el contenido web.

jQuery Mobile.- Es un sistema de interfaz de usuario basada en HTML5 diseñado para hacer que los sitios web y aplicaciones sean asequibles desde todos los dispositivos: smartphone, tablet y PC.

PhoneGap.- Framework de código abierto para diseñar aplicaciones móviles a partir de contenido web.

6.8.4 Requerimientos de hardware para PatateGuide App

- Dispositivo Mobile Android
- Dispositivo Mobile iOS
- RAM: 128 MB
- DDR: 15MB
- Procesador: 1GHz Núcleo Simple.

6.8.5 Requerimientos de Software para PatateGuide App

- Sistema Operativo Android 4.0 o superior.
- Sistema Operativo iOS 4.0 o superiores

6.8.6 Guía de Instalación

1. Descargar PatateGuide App en el dispositivo mobile desde esta url:
<https://patateguide.fmovota.info> en donde se abrirá la siguiente pantalla:

Pantalla N°1: Paso 1



Fuente: Smartphone

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

- Al pulsar en el indicativo de Android (Pantalla 1) se iniciara la descarga que se puede observar al presionar el ícono de Descarga en el celular (Pantalla 2).

Pantalla N°2: Paso 2



Fuente: Smartphone

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

- En este ícono aparecerá la descarga en proceso o finalizada y al pulsar en el indicativo, que en este caso es PatateGuide-debug.apk, se iniciara el proceso de instalación.

Pantalla N°3: Paso 3

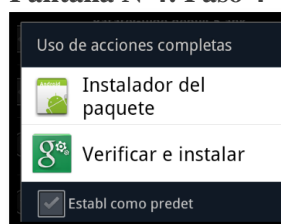


Fuente: Smartphone

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

- Para ejecutar el archivo descargado se debe presionar verificar e instalar.

Pantalla N°4: Paso 4

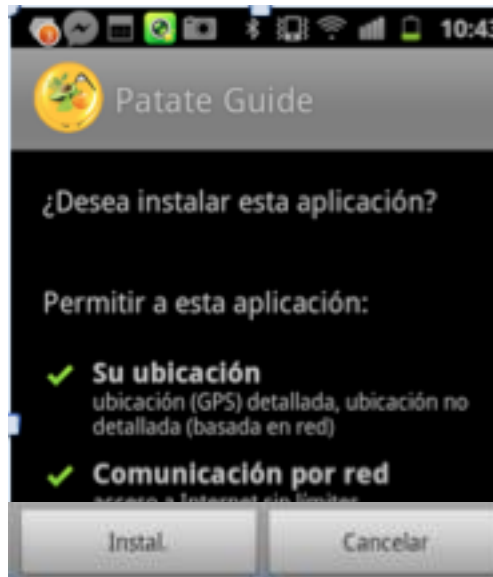


Fuente: Smartphone

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

5. El siguiente paso es aceptar términos, condiciones y solicitud de permisos para que la aplicación utilice recursos del dispositivo, presionando el botón que dice instalar.

Pantalla N°5: Paso 5



Fuente: Smartphone

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

6. Finalmente al terminar la instalación se abrirá la aplicación al pulsar en el logotipo mostrando su contenido.

Pantalla N°6: Paso 6



Fuente: Smartphone

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

6.8.7 Manual de Funcionamiento

Vista previa de la página inicial de la aplicación PatateGuide.

Pantalla N°7: Página inicial de la Aplicación



Fuente: PatateGuide

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

El menú principal está compuesto por dos ítems “Atractivo” y “Agenda”.

- La sección de “Atractivo” recoge la información de cada uno de los atractivos.
- La sección de “Agenda” recoge la información de los eventos que se realizarán en la parroquia durante el 2014.

A continuación al presionar en “Atractivo” aparecerá una cuadrilla que muestra cada uno de los atractivos turísticos.

Pantalla N°8: Menú de atractivos



Fuente: PatateGuide

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

Este menú también lo podemos encontrar en forma de lista, al pulsar en la barra de color gris que está ubicada en la parte superior de la pantalla, desplazándose el siguiente listado.

Pantalla N°9: Lista de atractivos



Fuente: PatateGuide

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

Al pulsar en la fotografía (pantalla N°8) o en el nombre (pantalla N°9) se desplegará la siguiente ventana en la cual se observa la información general y fotografías del atractivo seleccionado.

Pantalla N°10: Información del atractivo

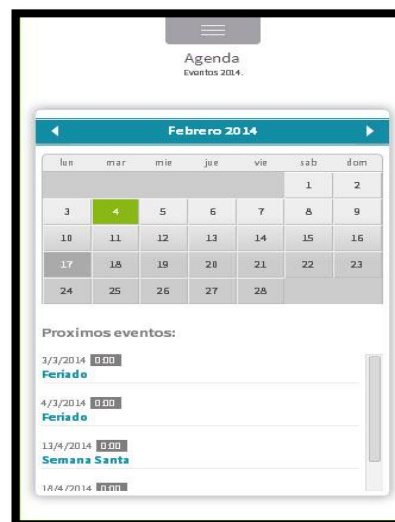


Fuente: PatateGuide

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

Al pulsar en la agenda aparecerá un calendario, que al presionar en una fecha determinada mostrará las actividades que se efectuaran en ese día.

Pantalla N°11: Agenda



Fuente: PatateGuide

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

6.8.8 Fotografías

FOTO N°1: CANTON PATATE



Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

FOTO N°2: MUSEO ARQUEOLÓGICO Y RELIGIOSO DEL TERREMOTO.



Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

FOTO N° 3: PASAJE MARCIAL SORIA



Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

FOTO N°4: PARQUE CENTRAL SIMÓN BOLIVAR



Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

FOTO N°5: ASOCIACIÓN AGROECOLÓGICA SAN RAFAEL ALTO



Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

FOTO N°6: GASTRONOMÍA



Fuente: Pasaje Marcial Soria
Elaborado por: Monge Martínez Johanna. Gabriela (2014)

FOTO N° 7: CASCADA DE MUNDUG



Fuente: Daniel Quinteros Fotógrafo

FOTO N° 8: VALLE DE SAN JAVIER



Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

FOTO N° 9: TRADICIÓN DEL ANIMERO



Fuente: Pasaje Marcial Soria

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

FOTO N°10: FIESTAS EN HONOR AL SEÑOR DEL TERREMOTO



Fuente: Pasaje Marcial Soria

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

FOTO N° 11: CASCADA CARYACU



Fuente: Daniel Quinteros Fotógrafo

6.9 Administración

La administración de la propuesta es responsabilidad directa de la investigadora, se ha planteado el diseño de una aplicación turística digital con los atractivos de la parroquia la Matriz del cantón Patate.

Esta aplicación está diseñada de tal manera que sea de fácil uso porque se podrá encontrar información precisa y al alcance de los turistas en dos idiomas, tanto en inglés como en español, el cual se adapta al idioma en el que se encuentre operando el dispositivo.

En la aplicación se detallarán los atractivos turísticos de la parroquia con una información relevante, material fotográfico de los diferentes atractivos y una agenda que muestra las actividades que se desarrollarán en la parroquia.

Es importante mencionar que la aplicación turística digital no tiene ningún costo, es gratuita para el público con el fin de que existan varias descargas de la aplicación y así se pueda dar a conocer a varios turistas los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia.

Esta aplicación turística Patate Guide intenta que se posicione en la mente de los turistas como una guía de fácil uso en donde se pueda promocionar a la parroquia y llegue a posicionarse como una marca en el mercado.

Se pretende también que la aplicación no solamente muestre los atractivos turísticos de la parroquia la Matriz del cantón Patate, si no, que con el tiempo se pueda ampliar la información y se logre exponer a los turistas tanto nacionales como extranjeros los diversos atractivos turísticos de la parroquia y porque no de todo el Cantón.

6.10 Previsión de la Evaluación

Tabla 40: Previsión de la Evaluación

	Preguntas básicas	Explicación
1	¿Qué evaluar?	La aplicación turística digital con los atractivos turísticos de la parroquia La Matriz del cantón Patate.
2	¿Por qué evaluar?	Porque es necesario establecer un control.
3	¿Para qué evaluar?	Para medir los resultados y el desempeño de los objetivos.
4	¿Con qué criterios?	Con efectividad ya que el proyecto será ejecutado.
5	¿Indicadores?	Cualitativos ya que se puede analizar y tomar decisiones, cuantitativo porque permite obtener datos reales relacionados con los atractivos turísticos.
6	¿Quién evalúa?	La investigadora.
7	¿Cuándo evaluar?	Mensualmente.
8	¿Cómo evaluar?	Mediante monitoreo
9	¿Fuentes de información?	Aplicación turística.
10	¿Con qué evaluar?	Página de descarga de la aplicación PatateGuide.

Elaborado por: Monge Martínez Johanna Gabriela (2014)

7. MATERIALES DE REFERENCIAS

7.1 Referencias de Libros

- ACERENZA, M. (1995). Administración Del Turismo. México: Ed. Trillas.
- ALCALDE, E. (1994). Clasificación del Software. México: Alfaomega.
- BOTE GÓMEZ, V. (1998). Turismo en espacio rural. Madrid: Ed Popular
- BOULLÓN, R. (1985). Planificación del Espacio Turístico . México: Ed Trillas.
- CARDENAS, F. (1991). Producto Turístico. México: Ed Trillas.
- CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIÓN (2010). Quito, Ecuador.
- CONSEJO NACIONAL DE PLANIFICACIÓN (2013). Plan Nacional del Buen Vivir. Senplades: Quito.
- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (2008). Quito, Ecuador, Publicación Oficial de la Asamblea Constituyente.
- CROWTHER, J. (1995). Oxford Advanced Learner's Dictionary. Oxford: Oxford University Press.
- CUMBRE DE LA TIERRA (1995). Programa de Acción para el Desarrollo Sustentable (Agenda 21). Rio de Janeiro.
- DE KADT, E. (1979). Turismo un pasaporte al Desarrollo. Oxford: Oxford University Press
- DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA DE LA LENGUA (2001). Madrid: Ed RAE.
- DICCIONARIO MANUAL DE LA LENGUA ESPAÑOLA. (2007). Barcelona: Editorial Larousse.
- FREEDMAN, A. (1984). Glosario de computación. ¡Mucho más que un glosario! México: McGraw Hill.
- GISPERT, C. (2002). Enciclopedia Autodidáctica Interactiva. México: Ed. Océano.
- JANRICH, J. (2004). Clasificación del Software. México: Thonson.
- LEWIS, G. (1994). What is Software Engineering? Usa: Datapro.

- LEY DE TURISMO. (2011), Edición, Primera. Quito, Ecuador, Impresión, Taller de Corporación de Estudios y Publicaciones.
- LUNDBERG, D. (1986). Organización y Administración del Turismo. España: Ediciones Centrum Técnicas y Científicas.
- MARRERO, L. (1987). Geografía Visualizada, Una nueva Geografía General, (La tierra y sus recursos), Caracas: Ed. Cultural Venezolano.
- MAZÓN, T. (2001). Sociología del turismo. Madrid: Ed. Centro de Estudios Ramón Areces.
- MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (2004). Metodología de Inventarios Turísticos del MINTUR.
- MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (2013). Turismo en Cifras.
- OMT. (1994). Planes y estrategias de marketing de la Administración Nacional de Turismo. Madrid.
- OMT. (2008). Introducción al Turismo. Dirección SANCHO, A. Madrid.
- ONU. (1995). Programa de Acción para el Desarrollo Sustentable, Agenda 21, Brasilia.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT). (1977). La Clasificación de los Atractivos Turísticos. Madrid.
- PEARCE, D. (1991). Desarrollo Turístico, Su planificación y ubicación geográficas. México: Ed. Trillas.
- PLANDETUR 2020. (2007). Bases estratégicas del turismo sostenible en el Ecuador.
- SÁNCHEZ, R. (1995). Ordenador y discapacidad. Guía práctica para conseguir que el ordenador sea una ayuda eficaz en el aprendizaje y la comunicación. Madrid: CEPE.
- SANTANA, A. (1997). Antropología y turismo ¿Nuevas hordas, viejas culturas? Barcelona: Editorial Ariel.
- TAMAYO, R. (2008). “Rutas Turísticas de Tungurahua: El Corazón de Fuego del Ecuador”. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- UBACH, T. (2002). Diccionario Enciclopédico para el siglo XXI. México: Ed. Barrons.

- VALLS, J. (2004). Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles. España: Ed Gestión 2000.

7.2 Referencias de Tesis de Grado

- ARÉVALO AGUALONGO, R. (2010), en sus tesis titulada “Inventario de manifestaciones culturales y sitios naturales de la parroquia San Simón cantón Guaranda”.
- MALDONADO CHALÁ, A. y PORTILLA PROAÑO, D. (2011), en su tesis titulada “Diagnostico de los atractivos turísticos del centro histórico de la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura y su difusión para la promoción de la ciudad”.
- PUENTE LUCERO, G. (2009), en su tesis titulada “Promoción turística de la ciudad de Ambato y su importancia en el desarrollo turístico de la provincia de Tungurahua durante el periodo octubre 2008 hasta abril 2009”.

7.3 Referencias del Internet

- CAPITALMADRID.COM. (2012. 19 septiembre): Latinoamérica: el turismo se convierte en un pilar prioritario. Disponible en URL:
http://www.capitalmadrid.com/2012/9/19/0000026932/latinoamerica_el_turismo_se_convierte_en_un_pilar_prioritario.html
- ECURED. (2014). Aplicación web: Disponible en URL:
http://www.ecured.cu/index.php/Aplicaci%C3%B3n_web
- LANACION.COM (2011). Sección tecnología. Disponible en URL:
<http://www.lanacion.com.ar/1365035-que-son-y-para-que-sirven-las-apps>
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE TURISMO SOCIAL, OITS, (2013). Disponible en URL:
<http://www.bitsint.org/es/index.php?menu=1&submenu=3>
- PROATUR, Profesionales Asociados de Turismo de entre Ríos Biblioteca Virtual. Secc Portada: Disponible en URL:
<https://sites.google.com/site/bibliotecaproatur/Home/planificacion-turistica>
- SANCHO, A. directora de (OMT) Jornadas Internacionales para un turismo justo: Un reto para el Turismo y Desarrollo: Disponible en URL:
<http://www.uv.es/~sancho/Turismo%20y%20desarrollo.pdf>
- UNWTO. (2013, agosto) World Tourism Barometer: Disponible en URL:
http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom13_04_august_excerpt.pdf
- VALENCIA, J. (2012). Boletín turístico.com. Secc. Diccionario de términos turísticos: Disponible en URL:
<http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/P/PLANIFICACI%C3%93N-TUR%C3%8DSTICA-842/>

ANEXOS

Encuestas



UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACION

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

ENCUESTA DIRIGIDO A: VISITANTES DE LA PARROQUIA LA MATRIZ DEL CANTÓN PATATE.

OBJETIVO: Establecer la importancia entre los atractivos turísticos y su incidencia en el desarrollo turístico del sector la Matriz del cantón Patate, provincia de Tungurahua.

INDICACIONES: Sírvase marcar con una X la alternativa que usted considere pertinente, puesto que con esta información contribuirá a la realización de este trabajo de investigación y su veracidad será de gran ayuda.

Responda las siguientes preguntas:

1. ¿Con qué grado de frecuencia visita usted la parroquia la Matriz del Patate?

- Semanal Mensual Trimestral Anual

2. ¿Cuál es su motivo principal para visitar la parroquia la Matriz del cantón Patate?

- Gastronomía o platos típicos (chicha de uva; arepas; hornado; etc.)
 Naturaleza (cascadas, río, huertos frutales; etc.)
 Cultura (Fiestas; museos; etc.)
 Otros (Visita a familiares, hacer deporte, comercio; etc.)

3. ¿Conoce usted alguno de los siguientes atractivos turísticos?

Atractivos	SI	NO
Cascada de Mundug		
Valle de San Javier		
Ruta Agroturística		
Gastronomía		
Tradición del Animero		
Fiestas		

4. ¿Cuándo usted viaja a la parroquia la Matriz de Patate cuál de los siguientes sitios ha visitado con más frecuencia?

- Atractivos Culturales (Fiestas, gastronomía, iglesias) Atractivos Naturales (cascadas, montañas, río, valles)

5. ¿Considera usted que los atractivos culturales como: (fiestas, iglesias, museos, gastronomía, etc.) son capaces de atraer la atención del turista en la Parroquia la Matriz del cantón Patate?

- Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

6. ¿Cree usted que los atractivos naturales como: (cascadas, montañas, ríos, valles, etc.) captan la atención del turista en la Parroquia la Matriz del cantón Patate.?

- Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

7. ¿Estima usted que las relaciones socioculturales entre turista y habitante benefician al turismo de la parroquia la Matriz del cantón Patate?

- Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

8. ¿Está usted de acuerdo en que el turismo promueve la conservación de los recursos naturales?

- Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

9. ¿Cómo considera usted la calidad de servicio que se presta en los siguientes establecimientos turísticos de la parroquia la Matriz?

Establecimientos Turísticos	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Alimentación				
Transporte				
Hospedaje				

10. ¿Está de acuerdo en que el personal cuentan con suficiente capacitación para el correcto desenvolvimiento de su trabajo, en los siguientes establecimientos turísticos?

Establecimientos Turísticos	Muy de acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	Desacuerdo
Alimentación				
Transporte				
Hospedaje				

11. ¿Considera usted que la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia la Matriz de Patate es?

- Muy buena Buena Regular Mala

12. ¿Cuál es el promedio de gasto por persona cuando visita la parroquia la Matriz de Patate?

- 1-20 dólares 21 -40 dólares 41-50 dólares más de 50 \$

13. ¿Cree usted que el turismo puede ser una fuente de ingresos importante para la parroquia la Matriz del cantón Patate?

- Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

14. ¿La calidad de vida de los habitantes según su criterio es: ?

- Muy buena Buena Regular Mala

15. ¿Considera usted que los habitantes de la parroquia la Matriz del cantón Patate pueden vivir del turismo?

- Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



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

**ENCUESTA DIRIGIDO A: SERVIDORES TURÍSTICOS DE LA
PARROQUIA LA MATRIZ DEL CANTÓN PATATE.**

OBJETIVO: Establecer la importancia entre los atractivos turísticos y su incidencia en el desarrollo turístico del sector la Matriz del cantón Patate, provincia de Tungurahua.

INDICACIONES: Sírvase marcar con una X la alternativa que usted considere pertinente, puesto que con esta información contribuirá a la realización de este trabajo de investigación y su veracidad será de gran ayuda.

Responda las siguientes preguntas:

1. ¿Conoce usted alguno de los siguientes atractivos turísticos?

Atractivos	SI	NO
Cascada de Mundug		
Valle de San Javier		
Ruta Agroturística		
Gastronomía		
Tradición del Animero		
Fiestas		

2. ¿Según su vivencia, cuando el turista viaja a la parroquia la Matriz de Patate cuál de los siguientes atractivos cree usted que le atraen más al visitante?

Atractivos Culturales (Fiestas, gastronomía, iglesias) Atractivos Naturales (cascadas, montañas, rio, valles)

3. ¿ Está usted de acuerdo en que los atractivos culturales como: (fiestas, iglesias, museos, gastronomía, etc.) son capaces de atraer la atención del turista en la Parroquia la Matriz del cantón Patate.?

Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

4. ¿Cree usted que los atractivos naturales como: (cascadas, montañas, ríos, valles, etc.) captan la atención del turista en la Parroquia la Matriz del cantón Patate.?
- Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo
5. ¿Estima usted que las relaciones socioculturales entre turista y habitante benefician al turismo de la parroquia la Matriz del cantón Patate?
- Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo
6. ¿Está usted de acuerdo en que el turismo promueve la conservación de los recursos naturales?
- Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo
7. ¿Cómo considera usted que es la calidad de servicio que brinda en su establecimiento?
- Muy buena Buena Regular Mala
8. ¿Cree usted que el personal de sus establecimientos turísticos cuentan con suficiente capacitación para el correcto desenvolvimiento en su trabajo?
- Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo
9. ¿Considera usted que la promoción de los atractivos turísticos de la parroquia la Matriz de Patate es?
- Muy buena Buena Regular Mala
10. Si alguna persona le pregunta sobre información turística de la parroquia la Matriz del cantón Patate, su respuesta es:
- Muy buena Buena Regular Mala
11. ¿Cuál es el promedio de gastos que realizan los turistas por persona en su establecimiento?
- 1-20 dólares 21 -40 dólares 41-50 dólares más de 50 \$
12. ¿Cree usted que el turismo puede ser una fuente de ingresos importante para la parroquia la Matriz del cantón Patate?
- Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo
13. ¿La calidad de vida de los habitantes según su criterio es?
- Muy buena Buena Regular Mala

14. ¿Considera usted que se puede vivir del turismo en de la parroquia la Matriz del cantón Patate?

Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

15. ¿Está de acuerdo en la forma de desarrollo turístico que ha mantenido la parroquia la Matriz del cantón Patate hasta la actualidad?

Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN