



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**MODALIDAD PRESENCIAL**

Proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Licenciado en Turismo  
y Hotelería

**TEMA:**

---

“ESTUDIO DEL IMPACTO DE LOS SOUVENIRS EN LA PROMOCION  
TURISTICA DEL CANTON AMBATO”

---

**AUTOR:** Guzmán Tobar Alfredo Estéfano

**TUTOR:** Ing. Diego Fernando Melo Fiallos Mg.

**Ambato-Ecuador**

**Abril-Septiembre 2020**

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

**CERTIFICA:**

Yo, Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos con C.c. 1803017365 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“ESTUDIO DEL IMPACTO DE LOS SOUVENIRS EN LA PROMOCION TURISTICA DEL CANTON AMBATO”**, desarrollado por el egresado Guzmán Tobar Alfredo Estéfano, 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.

Atentamente



Ing. Diego Melo Fiallos, Mg  
C.I. 1803017365

## **TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN**

### **AUTORIA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

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



---

Alfredo Estefano Guzman Tobar

C.I.1804411658

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

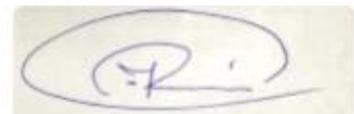
El tribunal receptor del Trabajo de Investigación presidido por el Doctor Segundo Víctor Hernández del Salto, Magister e integrado por Lic. Francisco Torre Oñate, Mg. y Lic. Héctor Raúl Tamayo Soria, Mg. ; designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Investigación con el tema: “ESTUDIO DEL IMPACTO DE LOS SOUVENIRS EN LA PROMOCION TURISTICA DEL CANTON AMBATO”, elaborado y presentado por el señor Guzmán Tobar Alfredo Estéfano, para optar por el Grado Académico de Licenciado en Turismo y Hotelería; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Investigación, el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la Universidad Técnica de Ambato.



---

Lic. Francisco Torre Oñate, Mg.

Miembro del tribunal



---

Lic. Héctor Raúl Tamayo Soria, Mg.

Miembro del tribunal

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de investigación está dedicado a mis padres Fabián y Mirian que me han apoyado durante toda mi vida estudiantil, a mi hermano Mateo, a mis abuelos Edison, Manuel, Hortensia y Rosa también a todos mis familiares que han sido un ejemplo en el ámbito profesional y han estado siempre presentes ante cualquier situación.

**Guzmán Tobar Alfredo Estéfano**

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a mi familia que me apoyo durante este proceso, a la Cámara de Turismo de Tungurahua por compartir información valiosa para el desarrollo de esta tesis, a la Universidad Técnica de Ambato por ser la institución en la cual adquirí los conocimientos en una carrera tan amplia como es el turismo y hotelería, así mismo a todos los maestros que compartieron sus conocimientos en las aulas y finalmente a mis compañeros de clase.

**Guzmán Tobar Alfredo Estéfano**

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

### Contenido

<b>APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN</b> .....	ii
<b>AUTORIA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</b> .....	iii
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	iv
<b>DEDICATORIA</b> .....	v
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	vi
<b>ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS</b> .....	vii
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	xi
<b>CAPÍTULO I</b> .....	13
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	13
<b>1.1 Antecedentes investigativos</b> .....	13
<b>1.2 Objetivos (Descripción del cumplimiento de objetivos)</b> .....	16
<b>1.3 Descripción de variables</b> .....	18
<b>CAPITULO II</b> .....	22
<b>2.2 Métodos de investigación</b> .....	23
<b>2.3. Enfoques de la investigación</b> .....	<b>23</b>
<b>2.4. Tipo de investigación</b> .....	23
<b>2.5. Diseño de la investigación</b> .....	24
<b>2.6. Técnicas e instrumentos</b> .....	24
<b>CAPITULO III</b> .....	26
<b>3.1. Análisis y discusión de resultados</b> .....	26
<b>3.2. Análisis de los resultados de la encuesta</b> .....	26
<b>3.1.2. Población</b> .....	<b>26</b>
<b>3.1.3. Muestra</b> .....	<b>27</b>
<b>3.1.2. Análisis y demostración de los elementos recopilados.</b> .....	<b>47</b>
<b>CAPITULO IV</b> .....	55
<b>4.1. Conclusiones</b> .....	55
<b>4.2. Recomendaciones</b> .....	56
<b>MATERIALES DE REFERENCIA</b> .....	57
<b>Bibliografía</b> .....	57
<b>ANEXOS</b> .....	59
<b>Anexo N°1: carta de compromiso emitida por la cámara de turismo de Tungurahua</b> .....	59

<b>Anexo N°2:</b> Cuestionario de la encuesta.....	60
<b>Anexo N°3:</b> Propuesta .....	63

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 1:</b> Detalle de elementos de la formula .....	27
<b>Tabla N° 2:</b> Resultado pregunta N°1 .....	28
<b>Tabla N° 3:</b> Resultado pregunta N°2 .....	29
<b>Tabla N° 4:</b> Resultado pregunta N°3 .....	31
<b>Tabla N° 5:</b> Resultado pregunta N°4 .....	33
<b>Tabla N° 6:</b> Resultado pregunta N°5 .....	34
<b>Tabla N° 7:</b> Resultado pregunta N°6 .....	36
<b>Tabla N° 8:</b> Resultado pregunta N°7 .....	38
<b>Tabla N° 9:</b> Resultado pregunta N°8 .....	39
<b>Tabla N° 10:</b> Resultado pregunta N°9 .....	40
<b>Tabla N° 11:</b> Resultado pregunta N°10 .....	42
<b>Tabla N° 12:</b> Resultado pregunta N°11 .....	43
<b>Tabla N° 13:</b> Resultado pregunta N°12 .....	44
<b>Tabla N° 14:</b> Hipótesis.....	45
<b>Tabla N° 15:</b> Prueba de chi-cuadrado .....	45

## INDICE DE GRAFICOS

<b>Grafico N° 1:</b> ¿Conoce usted algún tipo de souvenir o recuerdo que represente o identifique a la ciudad de Ambato?.....	28
<b>Grafico N° 2:</b> ¿Considera usted que la oferta de souvenirs o recuerdos referentes a la ciudad de Ambato ha permitido promocionar la imagen de la ciudad?.....	29

<b>Grafico N° 3:</b> ¿Opina usted que ofertar souvenirs puede generar un efecto positivo en la oferta turística de Ambato? .....	31
<b>Grafico N° 4:</b> ¿Ha adquirido usted un objeto de recuerdo de viaje cuando ha estado realizando turismo? .....	33
<b>Grafico N° 5:</b> ¿Cuándo su visita a un destino turístico ha sido satisfactoria, le agradecería de alguna manera materializar su experiencia para conservar un recuerdo físico de esta? .....	34
<b>Grafico N° 6:</b> ¿Considera que un souvenir puede tener potencial para representar simbólicamente un territorio? .....	36
<b>Grafico N° 7:</b> ¿Opina usted que un souvenir puede ser un comunicador de la imagen de Ambato ante un turista?.....	38
<b>Grafico N° 8:</b> ¿Conoce o identifica algún ícono o logotipo que represente a la ciudad de Ambato? .....	39
<b>Grafico N° 9:</b> ¿Cree usted que la promoción turística de la ciudad de Ambato puede ser mejorada? .....	40
<b>Grafico N° 10:</b> ¿Es para usted llamativo un objeto de recuerdo de viaje que refleje aspectos culturales propios de un destino turístico? .....	42
<b>Grafico N° 11:</b> ¿Cuál de estos elementos propios de la ciudad cree usted que puedan ser plasmados en un souvenir?.....	43
<b>Grafico N° 12:</b> ¿Ha visitado la ciudad de Ambato a causa de la promoción realizada por instituciones públicas y empresas privadas?.....	44

## ÍNDICE DE FICHAS

<b>Ficha N°: 1</b> Jambato.....	47
<b>Ficha N°: 2</b> Sello municipalidad de Ambato.....	48
<b>Ficha N°: 3</b> Logo FFF sin denominacion.....	49
<b>Ficha N°: 4</b> Los tres Juanes.....	50
<b>Ficha N°: 5</b> Grafica FFF.....	51
<b>Ficha N°: 6</b> Logo FFF sin denominación.....	52
<b>Ficha N°: 7</b> Logo cámara de turismo sin denominación.....	53
<b>Ficha N°: 8</b> Guaytambito .....	54

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

**RESUMEN EJECUTIVO**

**TEMA:** “Estudio del impacto de los souvenirs en la promoción turística del cantón Ambato”

**AUTOR:** Alfredo Estéfano Guzmán Tobar

**TUTOR:** Ing. Diego Fernando Melo Fiallos Mg.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad recopilar información respecto a la capacidad que pueden tener artículos de recuerdo de viaje como los souvenirs que están presentes en todos los sitios de interés turístico alrededor del mundo y cómo podrían influir en mejorar la promoción turística de la ciudad de Ambato, así como también sobre los elementos publicitarios existentes con los que se puede crear un souvenir. Para esto se ha planteado la implementación de un plan de promoción de la ciudad de Ambato mediante la colocación de iconos representativos propios de nuestra identidad y cultura en souvenirs que pueden ser comercializados y generar un beneficio económico para quienes los fabriquen especialmente en las épocas festivas en las que más turistas recibe la ciudad, siendo la investigación enfocada a un segmento de mercado principalmente local y nacional. Actualmente son muy pocos quienes le han dado el interés correspondiente a este artículo como objeto de estudio, por eso su investigación e implementación puede marcar una diferencia positiva e innovadora como un valor agregado en lo que oferta el cantón.

**Palabras clave:**

Interés turístico, souvenir, recuerdo de viaje, promoción turística, identidad, cultura.

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

**TEMA:** “Estudio del impacto de los souvenirs en la promoción turística del cantón Ambato”

**AUTOR:** Alfredo Estéfano Guzmán Tobar

**TUTOR:** Ing. Diego Fernando Melo Fiallos Mg.

**ABSTRACT**

This research aims to collect information about the usefulness of travel souvenirs that are in all tourist attractions around the world and how they could influence improving tourism promotion in Ambato city, as well as the existing advertising elements which can be applied to create souvenirs. The implementation of a promotion plan for Ambato city has been proposed for this, by placing representative icons of identity and culture in souvenirs that can be merchandised and generate economic benefits for the people who make them, especially during festivities when the city receives a great number of tourists. Furthermore, it should be noted that this research is focused mainly on a local and national market. Currently, very few people have been interested in this topic as an object of study, so its research and implementation can make a positive and innovative difference as an added value in what the city offers to its visitors.

**Keywords:**

Tourist attraction, souvenir, tourism promotion, identity, culture.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Antecedentes investigativos

Mientras el turismo ha ido evolucionando la necesidad de promocionar un destino ha sido indispensable y han sido creadas varias maneras de promoción para que un lugar llegue a ser de interés para un posible consumidor de un producto turístico en este caso la ciudad de Ambato. Se debe tener en cuenta primero lo que es la promoción en general, según (Kotler, 2006) es “el medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al gran público”.

De esta manera entendemos que la promoción es una estrategia para persuadir a un potencial consumidor de determinado producto a realizar la compra del mismo, por lo cual el empresario o productor utiliza distintas estrategias de mercadeo para alcanzar su objetivo.

Así mismo en cuanto al enfoque directamente turístico (Ejarque, 2005) afirma que la promoción turística demuestra a los consumidores, que en este caso son los turistas, el hecho de que lo que se está ofertando podrá cumplir con sus expectativas, es decir, trata de convencer al consumidor de que el destino merece ser visitado.

En este sentido debemos tener conocimiento de lo significativa que es la actividad turística en Ambato y de su potencial, (Municipalidad de Ambato, 2013) en su informe “Plan del Desarrollo y Ordenamiento” nos dice que:

La actividad turística es altamente significativa, ya que Ambato es un cantón con una de las mayores fiestas tradicionales, la cual data del siglo pasado, año 1956, la “Fiesta de las Flores y las Frutas”, que se celebra cada carnaval y que atrae a gran cantidad de turistas, que disfrutan de esta fiesta en la Sierra ecuatoriana.

Por otra parte para (Siqueira, 2008) “el hecho de consumir forma parte de lo cotidiano en la mayor parte de los destinos turísticos en el mundo”. Situación que llega a darse gracias a que ciertos objetos o servicios han sido promocionados previamente por lo cual el consumidor tiene el deseo de consumir.

Los productos turísticos en el mayor de los casos son un servicio pero también existen productos tangibles que de una manera indirecta han sido un elemento fundamental de la experiencia turística y aún no han sido explotados correctamente sabiendo que actualmente vivimos en una sociedad consumista y se podría obtener beneficios de estos, (Pine & Gilmore, 1999) afirman que “las personas compran objetos como recuerdos en sus viajes y funcionan como memoria tangible de las sensaciones que se desean recordar”. Entonces desde el punto de vista del turista, este busca de cierta manera materializar su experiencia turística adquiriendo un objeto que represente el lugar en el que se crearon varias memorias agradables en cierto momento de su vida.

En la parte de souvenirs relacionados con la parte económica (Kong & Chang, 2016) afirman que “La compra de souvenirs es un componente integral de la experiencia de viaje y puede representar una significativa proporción del gasto total del viaje”. Se puede comprender entonces que en investigaciones previas a esta han demostrado que al ser una parte esencial de la visita a un destino su compra genera un beneficio económico notable para el comercio de quienes lo comercializan.

Es importante también tener en cuenta lo que dice (Hume, 2013) donde nos menciona que los souvenirs ya existieron en el mundo antiguo, por ejemplo en el siglo XVII los gobernantes de los estados germánicos tenían algo llamado Wunderkammer cuyo

significado es cámara de las maravillas, siendo una habitación en la cual ellos colocaban sus colecciones privadas de curiosidades que comprendían objetos y artefactos de materiales exóticos. Dando esto a entender que desde hace mucho tiempo el ser humano ha buscado la manera de conservar objetos que recuerden algún acontecimiento en su vida o un lugar el cual visitaron en algún momento de su existencia.

(Lasusa, 2007) Manifiesta que gracias a la revolución industrial durante la última parte del siglo XVII y XIX fue donde se marcó el inicio de la producción masiva de objetos materiales, lo cual también afecto a la producción de souvenirs, sin embargo la producción masiva de souvenirs llevo a ser un fenómeno global solo después de la segunda guerra mundial cuando el turismo empezó a ser un privilegio de la clase media en la sociedades occidentales.

Gracias a esto se puede interpretar que la llegada de los souvenirs a la vida de los turistas fue partir de que nació la producción masiva de los objetos sabiendo que estos artículos hoy en día más que una artesanía son una curiosidad de bajo costo que se comercializa en los distintos destinos turísticos.

Asimismo en el estudio de (Hume, 2013) se menciona que son limitadas las investigaciones sobre los souvenirs por los científicos sobre temas de la sociedad sin embargo busca superar la negligente investigación pasada pretendiendo interpretar a los souvenirs como productos con valores atribuidos y también identificando las funciones que los turistas identifican cuando los compran.

En la investigación de (Hume, 2013) indica que los souvenirs ofrecen una alternativa al turista para probar a si mismo que una experiencia no fue simplemente una elaborada alucinación o sueño sino realmente parte de su vida e historia, de esta forma, los souvenirs son una manera de hacer que los recuerdos de la vida de una persona sean reales.

Entonces se entiende que las personas adquieren souvenirs de los lugares que visitan como una prueba ante sí mismos y antes otros familiares o amigos de que estuvieron en el lugar representado en el objeto adquirido ya sea algo simple o algún artículo que aparentemente es propio y original del destino visitado .

Por otra parte (Lasusa, 2007) concluye que el coleccionar souvenirs es de hecho significativo como una herramienta para la construcción de una identidad postmoderna que realmente puede contar algo acerca de nosotros mismos y de nuestro mundo. Lo cual se puede interpretar como que el hecho de adquirir souvenirs puede estar relacionado a la autorrealización de cada ser humano y puede reflejar aspectos personales de cada individuo.

## **1.2 Objetivos (Descripción del cumplimiento de objetivos).**

### **Objetivo general**

Determinar el impacto de los souvenirs en la promoción turística del cantón Ambato.

#### **1.2.1. Recopilar información sobre los souvenirs como elemento de promoción de la ciudad de Ambato.**

Para cumplir con este objetivo se aplicó una encuesta en un grupo de ciudadanos de Ambato pertenecientes a la población económicamente activa los cuales en su mayoría son los que pueden realizar la actividad turística, que además representa gran parte de Tungurahua para así medir el interés y la información que tienen respecto a los souvenirs de acuerdo a su imagen , características , importancia y como puede influir en la mejora de promoción turística de Ambato y como se puede apreciar en los resultados tiene una respuesta positiva en la mayoría de las preguntas planteadas en el cuestionario, lo que pudo ser validado gracias a la aplicación del método chi cuadrado

para comprobación de la hipótesis planteada utilizando el software para estadísticas SPSS .

### **1.2.2. Detallar la información sobre los logotipos y elementos publicitarios en el contexto turístico que puedan ser plasmadas en los suvenires.**

Este objetivo se cumplió realizando una recolección selectiva de imágenes, iconos y logos que representan o han representado al cantón Ambato pertenecientes a distintas instituciones públicas o privadas pero con relación a lo que ofrece el cantón en el aspecto turístico como lugares representativos, personajes, entre otros. Con la colaboración de la cámara de turismo de Tungurahua que amablemente proporciono información y el consentimiento para poder utilizar las imágenes en el presente trabajo de investigación. Siendo estos logos, imágenes e íconos ubicados en fichas informativas en las cuales se detallan nombre, temática, autor, descripción y otras cualidades para mejor apreciación y fácil interpretación de cada una.

### **1.2.3. Plantear una campaña promocional utilizando logotipos, personajes, diseños propios de la ciudad que puedan ser plasmados en souvenirs.**

Se planteó esta propuesta por la necesidad del turista de materializar su experiencia por lo tanto para el cumplimiento de este objetivo se diseñó una campaña de promoción que comunique a los turistas la imagen turística de Ambato en la que se proponen ideas de artículos de recuerdo de viaje promocionales en los que serán plasmados los elementos recopilados previamente en cuanto a la imagen de Ambato en la parte turística , para lo cual se incluyen representaciones tentativas de la parte estética de dichos artículos utilizando el software Photoshop CS6, además de otras instrucciones que serán fundamentales para su desarrollo en cuanto a lugares de distribución, productos populares que pueden ser usados así como también condiciones y limitaciones que podrían existir para su desarrollo.

### **1.3 Descripción de variables**

#### **Los souvenirs**

Artículos como los souvenirs han estado estrechamente relacionados al turismo incluso en sus orígenes (K.Swanson & J.Timothy, 2012) afirma que:

Un periodo de transición para los souvenirs fueron el siglo XVII y XVIII, cuando los participantes del “Grand tour” llevaron a casa replicas miniatura de los sitios europeos visitados, también en el siglo XIX cuando Thomas Cook marca el inicio del turismo moderno.

En relación a los souvenirs (Baudrillard, 2004) nos dice que los objetos se desarrollan en un sistema que está basado en dos dominios diferentes , uno esencial que es lo referente al plano tecnológico del objeto y que está determinado por su función primaria es decir a su utilidad práctica y otro no esencial que hace referencia a la parte mental y emocional que tiene que ver con lo que les ocurre a los objetos como productos de consumo que han sido adquiridos y designados un valor personal .

El hecho de adquirir un souvenir por parte de un turista es una demostración material de que este visito determinado destino , siendo usado como un objeto de recuerdo o como algo que simboliza a un territorio , esto convierte al souvenir en un artículo llamativo para establecer ideas de negocios establecidos en las zonas más concurridas por turistas. (Mosquera, 2011) .

Entonces la existencia de souvenirs en un destino generara beneficios económicos para el lugar al enfocarse en la parte emocional del turista en relación a su experiencia con el destino.

(Horodyski, Manosso, & Gândara, 2014) Afirieron que los souvenirs pueden ser tomados en cuenta como productos que reflejan una experiencia en el sentido de que este objeto tendría diversos significados para el consumidor, lo cual es considerado como algo relevante dentro de una determinada experiencia turística. Entonces gracias a esto comprendemos que un producto como el souvenir conserva una parte emocional de quienes realizaron una visita a determinado lugar.

Según (Petit-Laurent & Bargueño, 2017) el souvenir nace en respuesta de un mercado con una necesidad no fundamental de querer enfocarse en un objeto diferentes significados establecidos en cierto periodo de tiempo alejado a la realidad actual. Esto nos hace notar la importancia que tiene un artículo aparentemente insignificante para la memoria de una persona.

Para (Bracco, 2017) el souvenir es un objeto que crea una historia específica de un momento del pasado en el ahora mientras materializa la experiencia, dejando de lado la realidad positiva y negativa del lugar para llevarlo a un ámbito más personal, familiar y privado. De esta manera el souvenir no debe ser tomado como un objeto de poca importancia, porque realmente es un comunicador representativo de la imagen del destino. Incluso en su simpleza y muchas veces falta de originalidad artículos como tazas, camisetas o lápices, van de persona en persona afianzando la imagen de un destino sutilmente pero de una manera igual de efectiva que otro medio de promoción.

### **La promoción turística**

(Ejarque, 2005) Define a la promoción turística como “comunicar a los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas; en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino, visitarlo”.

En el caso del tema de estudio presente podemos relacionar lo previamente citado con el hecho de que en la promoción se debe proyectar una imagen que pueda ser atractiva y llegue a generar interés en el consumidor potencial de visitar el destino que se está promocionando.

En cuanto a la promoción de destino se refiere, (Hopkins, 1998) afirma que "es el uso consciente de la publicidad y el marketing para comunicar imágenes selectivas de las localidades o zonas geográficas específicas para un público objetivo".

Desde esta perspectiva se entiende que la publicidad es una valiosa herramienta de promoción que debería ser utilizada para difundir la imagen de todo destino turístico que tenga la intención de ser difundida obviamente tomando como referencia sus aspectos más representativos.

(Ejarque, 2005) Explica que la promoción de un destino se basa en distintas técnicas de publicidad para tratar de convencer a los potenciales turistas ofreciendo aspectos de valor del producto turístico con el fin de lograr una compra.

Sabiendo esto es necesario mencionar el hecho de que la publicidad es un medio básico de promoción, siendo la publicidad una herramienta para informar a los turistas previamente a su visita.

Así mismo (Ely, 2013) sobre la promoción nos dice que:

La promoción permite informar sobre los comportamientos adecuados de los turistas en los destinos turísticos a través del uso de imágenes y consignas que hacen hincapié en la importancia cultural, espiritual y de conservación de un lugar, además permite promover los valores y comportamientos que favorecen los intereses de

todas las partes interesadas durante la creación de expectativas realistas para los visitantes, y por lo tanto dar lugar a viajes más satisfactorios.

De esta manera notamos que gracias a la promoción de determinado lugar tenemos cierto adelanto de lo que será nuestra experiencia o que podemos esperar en el destino promocionado teniendo en cuenta ciertos elementos que están implícitos en el lugar de interés como la conservación y la parte cultural.

La promoción turística debe dar al turista información sobre cuáles son los atractivos que se ofertan y de igual manera su infraestructura siendo los principales factores que llaman la atención de un consumidor, así diferenciando al destino que se ofrece a otros destinos de la competencia, haciendo que el turista se sienta confiado y con esto se puede influir para que el consumidor elija nuestro destino sobre otros en su proceso de qué lugar podría visitar. (Castillo-Palacio & Castaño-Molina, 2014).

Es así que siempre y cuando está correctamente manejada la promoción turística puede influir positivamente en que un consumidor visite o no nuestro destino, actuando de manera innovadora para estar siempre ofreciendo algo nuevo y diferente que impacte en la elección personal de un visitante.

Es importantes saber que dentro del plan de desarrollo de Ambato está presente el turismo y en uno de sus objetivos se mencionan estrategias que son propias de la promoción, dentro de este marco (Municipalidad de Ambato, 2013) propone "Mantener y fortalecer al Cantón Ambato como destino turístico nacional e internacional, especialmente orientado al turismo de convenciones, eventos, cultura y naturaleza". De este modo, con las acciones mencionadas en este objetivo la oferta turística de la ciudad tiende a crear estrategias llamativas y diferentes que atraerán visitantes en sus épocas de mayor interés turístico.

## CAPITULO II

En el presente capítulo se apreciarán los métodos elegidos para el desarrollo de la investigación realizada, a más de los materiales y recursos empleados mediante los cuales se recolectará la información esencial que sustentará el hecho de que los souvenirs, al ser un objeto de recuerdo de viaje, tienen potencial para la promoción turística del canto Ambato.

(Gomez, 2006) Menciona que la metodología trata de construir ciertas conjeturas, que son respaldadas y sustentadas por los conocimientos que ya existen en el área de la ciencia en que trabajemos que luego serán puestos a prueba siguiendo ciertas reglas, utilizando instrumentos para recolectar información para que lo propuesto pueda ser considerado una investigación válida.

La información y datos que se han podido recolectar han sido gracias a encuestas realizadas a un grupo de personas que han realizado turismo en la ciudad de Ambato, a más de esta información relacionada a logotipos e imagen de la ciudad proporcionada amablemente por la cámara de turismo de Tungurahua.

### 2.1 Materiales

A continuación se enlistan los materiales que han sido utilizados para llevar a cabo los procesos correspondientes de recolección de información y cumplimiento de la propuesta durante el trabajo de investigación.

- Computador
- Software (Word, Excel, Adobe Photoshop, SPSS)
- Artículos de oficina
- Bibliografías (libros, artículos de revista en internet)

## **2.2 Métodos de investigación**

Debemos señalar que en la presente investigación será llevada a cabo necesariamente mediante dos enfoques un enfoque cualitativo y un enfoque cuantitativo que serán descritas a continuación.

## **2.3. Enfoques de la investigación**

### **Enfoque cualitativo**

Este enfoque está basado en una serie de procedimientos gracias a los cuales se hace posible una construcción de conocimiento que ocurre sobre la base de conceptos (Krause, 1995).

### **Enfoque cuantitativo**

Esta metodología se presenta como la más adecuada para la verificación o el contraste de hipótesis fundamentadas en el conocimiento teórico existente que sirve para construir o avanzar en la formación de una teoría todavía en fase de desarrollo (Flick, 2009).

## **2.4. Tipo de investigación**

### **Exploratorio**

El trabajo de investigación será en primer lugar de tipo exploratorio ya que se obtendrá información acerca de temas de los cuales aún existen muchas interrogantes como la promoción de la ciudad mediante artículos como souvenirs el cual no ha sido muy explorados previamente

## **Descriptivo**

Se podrá describir la situación actual de la ciudad de Ambato respecto a este tipo de promoción mediante souvenirs que no ha sido muy explotada aun y como se podrá obtener un beneficio notable de este para el desarrollo turístico de la ciudad.

## **2.5. Diseño de la investigación**

### **Investigación de campo**

Esta se basa en la recolección de información mediante encuestas que han sido previamente aprobadas, estas serán realizadas virtualmente mediante el internet a las personas de la ciudad de Ambato y a visitantes previos que realizaron turismo y estuvieron presentes en los lugares representativos de la ciudad .

### **Investigación documental**

Enfocada en la revisión de documentos relacionados al tema investigado, es decir que se obtendrá información de libros, revistas, artículos científicos así como también información proporcionada por entidades públicas relacionadas con el turismo que nos puedan ayudar a encontrar respuestas respecto a las imágenes, definiciones, conceptos y datos previos en los cual nos podemos basar para desarrollar la presente investigación

## **2.6. Técnicas e instrumentos**

### **Encuesta**

Para llevar a cabo la encuesta se ha creado un cuestionario validado por expertos para cumplir con la comprobación de la hipótesis, está planteada con preguntas cerradas con una sola opción de respuesta y otras con la escala de Likert para obtener una

respuesta más acertada de lo que se quiere obtener.

### **Fichaje**

Para la obtención de información respecto a la parte de imágenes, al no existir un precedente de recolección de información de este tipo en concreto se ha diseñado fichas que se ajustan con la investigación en las cuales se especifica las características de cada una de las imágenes, logos e iconos.

## **CAPITULO III**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **3.1. Análisis y discusión de resultados**

Para la obtención de resultados en la presente investigación se optó por utilizar una encuesta planteada adecuadamente para cumplir con su objetivo y por otra parte se elaboraron fichas para registrar los elementos visuales relevantes que fueron encontrados.

#### **3.2. Análisis de los resultados de la encuesta**

En base a la recolección de datos gracias a la encuesta planteada con once preguntas cerradas que se realizó, se pudo obtener resultados claros de la opinión de la ciudadanía ambateña respecto a lo que piensan y opinan acerca de usar souvenirs para promocionar la imagen de la ciudad y cuáles son los aspectos más representativos e interesantes, siendo esta información vital para el desarrollo de la investigación.

##### **3.1.2. Población**

En el presente trabajo de investigación se definirá la población en los habitantes de la ciudad de Ambato pertenecientes a la población económicamente activa que es la que está en más posibilidades de realizar la actividad turística y adquirir algún objeto durante su visita, por lo tanto del total de habitantes de Ambato que son 387309 de acuerdo a la agenda Tungurahua 2019-2021 y su PEA lo conforman 205340 ciudadanos, que es la población con la que se trabajara.

### 3.1.3. Muestra

Para poder obtener la muestra con la cual se conocerá el número de encuestas a realizar se aplicara el muestreo aleatorio simple, para lo que se debe aplicar una fórmula en la cual se trabajara con un margen de error del 5%, el nivel de confianza será de 1,96 y en cuanto a la probabilidad de que ocurra el evento estudiado es de 50% y de que no ocurra también del 50%.

#### 3.1.3.1. Desarrollo de la formula

Tabla N° 1: Detalle de elementos de la formula

<b>Población</b>	N= 205340
<b>Nivel de confianza</b>	Z= 1.96
<b>P. Ocurrencia</b>	P= 50%
<b>P. No ocurrencia del evento</b>	Q= 50%
<b>Margen de error</b>	e= 5%

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

$$n = \frac{205340 * 1.96_{\alpha}^2 * 50\% * 50\%}{5^2 * (205340 - 1) + 1.96_{\alpha}^2 * 50\% * 50\%}$$

$$n = 383$$

Observando el proceso planteado el resultado final fue de trecientos ochenta y tres siendo el número de encuestas a realizar en la muestra indicada.

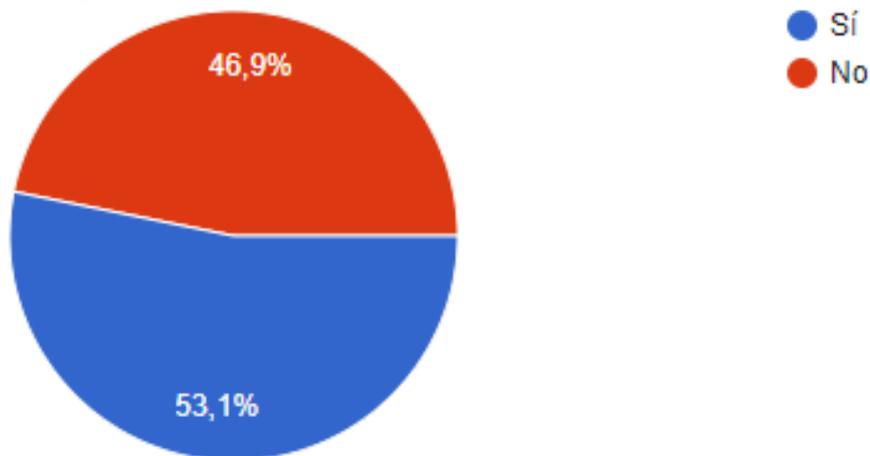
**Pregunta 1:** ¿Conoce usted algún tipo de souvenir o recuerdo que represente o identifique a la ciudad de Ambato?

Tabla N° 2: Resultado pregunta N° 1

Opción de respuesta	Numero de respuestas	Porcentaje
Si	203	53.1%
No	180	46.9%
<b>Total :</b>	383	100%

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Grafico N° 1:** ¿Conoce usted algún tipo de souvenir o recuerdo que represente o identifique a la ciudad de Ambato?



**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

#### **Análisis e interpretación:**

Del total de encuestados se puede apreciar que el 53,1% sabe de algún souvenir o recuerdo que representa a la ciudad mientras que el 46,9% no ha tenido conocimiento de la existencia de estos artículos, entonces se puede concluir que la mayoría de los ciudadanos Ambateños encuestado están familiarizados con la comercialización de souvenirs.

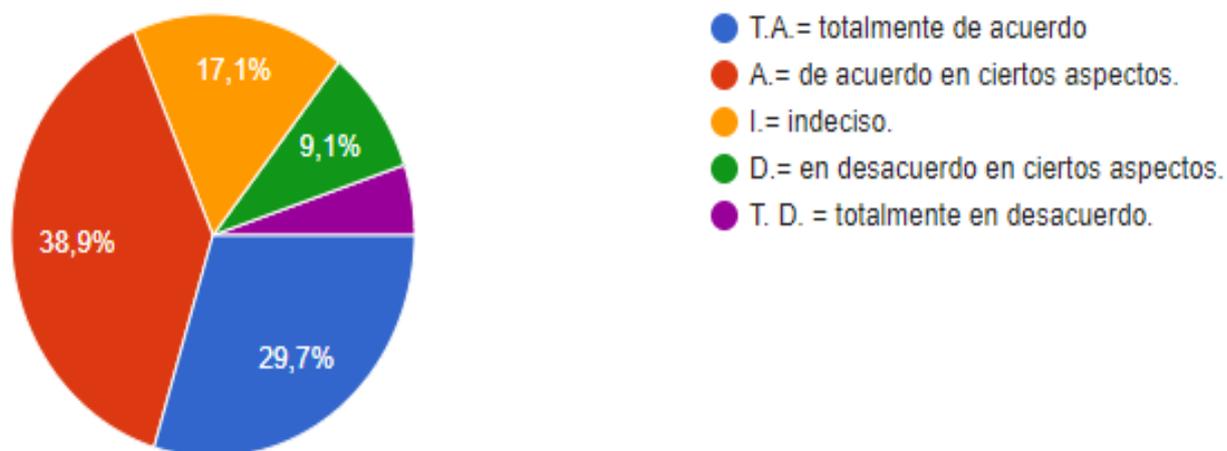
**Pregunta N°2:** ¿Considera usted que la oferta de souvenirs o recuerdos referentes a la ciudad de Ambato ha permitido promocionar la imagen de la ciudad?

Tabla N° 3: Resultado pregunta N°2

Opción de respuesta	Numero de respuestas	Porcentaje
T.A.= totalmente de acuerdo	114	29.7%
A.= de acuerdo en ciertos aspectos.	149	38.9%
I.= indeciso.	65	17.1%
D.= en desacuerdo en ciertos aspectos.	35	9.1%
T. D. = totalmente en desacuerdo.	20	5.1%
<b>Total:</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Grafico N° 2:** ¿Considera usted que la oferta de souvenirs o recuerdos referentes a la ciudad de Ambato ha permitido promocionar la imagen de la ciudad?



**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

### **Análisis e interpretación:**

Del 100% de personas encuestadas se aprecia que el 29.7% está totalmente de acuerdo en que los souvenirs promocionan la imagen de la ciudad, el 38.8% está de acuerdo en ciertos aspectos, el 17.1% está indeciso, el 9.1% está en desacuerdo en ciertos aspectos y el 5,1% está totalmente en desacuerdo.

Observando los resultados de la pregunta se puede concluir que la mayoría de personas encuestadas tiene una opinión positiva respecto a la idea de que los souvenirs han permitido promocionar a la ciudad de Ambato.

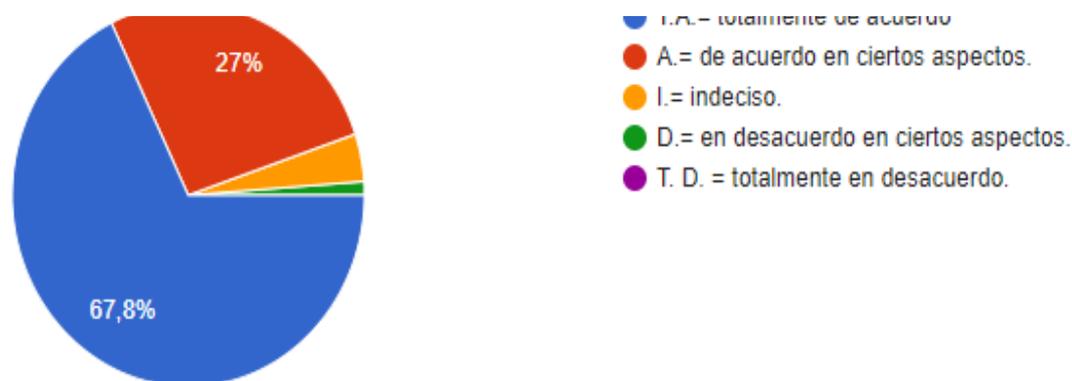
**Pregunta N°3:** ¿Opina usted que ofertar souvenirs puede generar un efecto positivo en la oferta turística de Ambato?

Tabla N° 4: Resultado pregunta N°3

Opción de respuesta	Numero de respuestas	Porcentaje
T.A.= totalmente de acuerdo	260	67.8%
A.= de acuerdo en ciertos aspectos.	103	27%
I.= indeciso.	15	4%
D.= en desacuerdo en ciertos aspectos.	5	1.2%
T. D. = totalmente en desacuerdo.	0	0
<b>Total:</b>	383	100%

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

Grafico N° 3: ¿Opina usted que ofertar souvenirs puede generar un efecto positivo en la oferta turística de Ambato?



**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Análisis e interpretación:**

Del total de encuestados podemos notar que el 67.8% está totalmente de acuerdo con que los souvenirs pueden generar un efecto positivo en la oferta turística de Ambato, el 27% solo está de acuerdo en ciertos aspectos, el 4% está indeciso y el 1,2% está en

desacuerdo en ciertos aspectos. Por consiguiente se puede afirmar que la mayoría de las personas en general están de acuerdo en que ofertar souvenirs puede tener un efecto positivo en la promoción de Ambato.

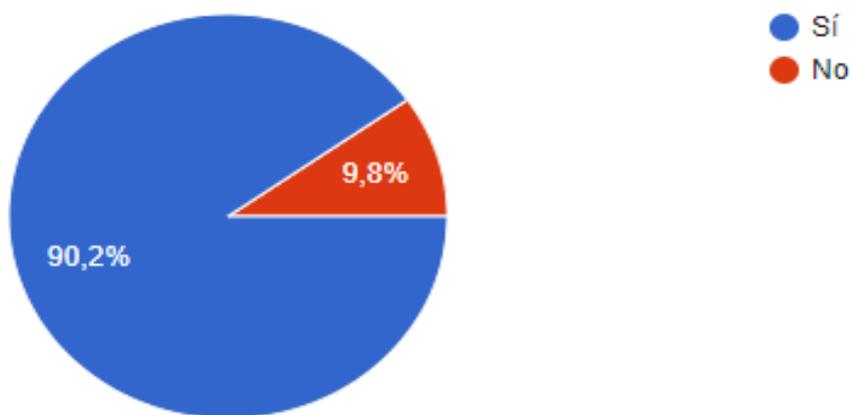
**Pregunta N°4:** ¿Ha adquirido usted un objeto de recuerdo de viaje cuando ha estado realizando turismo?

Tabla N° 5: Resultado pregunta N°4

Opción de respuesta	Numero de respuestas	Porcentaje
Si	345	90.2%
No	38	9.8%
<b>Total :</b>	383	100%

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Grafico N° 4:** ¿Ha adquirido usted un objeto de recuerdo de viaje cuando ha estado realizando turismo?



**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

#### **Análisis e interpretación:**

Del total de personas encuestadas se puede observar que el 90,2% ha adquirido un objeto de recuerdo de viaje mientras realizo turismo mientras que el 9,8% no ha adquirido uno de estos objetos. Por lo tanto se puede afirmar que la mayoría de personas adquiere un objeto de recuerdo de viaje probando que la compra de un souvenir forma parte de la experiencia turística.

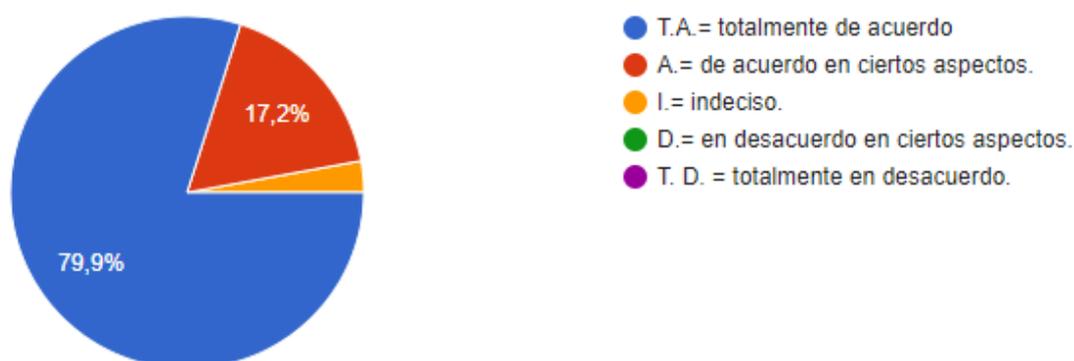
**Pregunta N°5:** ¿Cuándo su visita a un destino turístico ha sido satisfactoria, le agradecería de alguna manera materializar su experiencia para conservar un recuerdo físico de esta?

Tabla N° 6: Resultado pregunta N°5

Opción de respuesta	Numero de respuestas	Porcentaje
T.A.= totalmente de acuerdo	306	79.9%
A.= de acuerdo en ciertos aspectos.	66	17.2%
I.= indeciso.	11	2.9%
D.= en desacuerdo en ciertos aspectos.	0	0%
T. D. = totalmente en desacuerdo.	0	0%
<b>Total:</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Grafico N° 5:** ¿Cuándo su visita a un destino turístico ha sido satisfactoria, le agradecería de alguna manera materializar su experiencia para conservar un recuerdo físico de esta?



**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Análisis e interpretación:**

De acuerdo al total de encuestados el 79,9% de personas está totalmente de acuerdo en que le gustaría materializar su experiencia turística, el 17,2 está de acuerdo solo en

ciertos aspectos y el 2,9 está indeciso. En consecuencia la idea de materializar una experiencia turística mediante un objeto es favorable en la mayoría de los casos así demostrados con los resultados de esta pregunta.

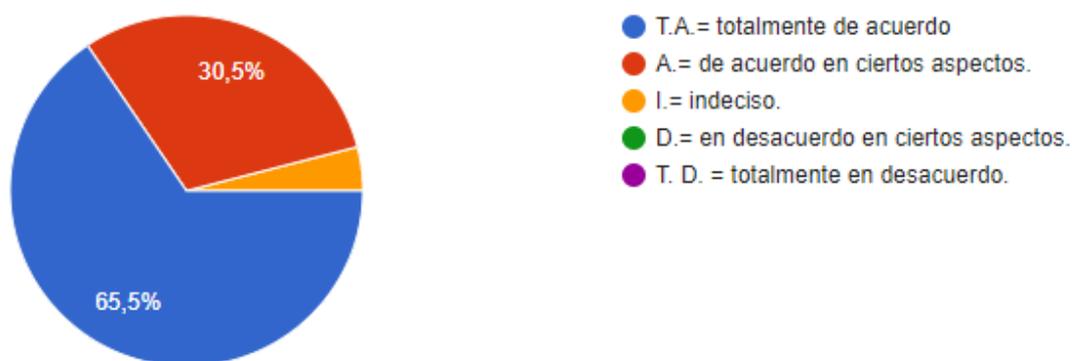
**Pregunta N°6:** ¿Considera que un souvenir puede tener potencial para representar simbólicamente un territorio?

Tabla N° 7: Resultado pregunta N°6

Opción de respuesta	Numero de respuestas	Porcentaje
T.A.= totalmente de acuerdo	251	65.5%
A.= de acuerdo en ciertos aspectos.	116	30.5%
I.= indeciso.	16	4.1%
D.= en desacuerdo en ciertos aspectos.	0	0%
T. D. = totalmente en desacuerdo.	0	0%
<b>Total:</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Grafico N° 6:** ¿Considera que un souvenir puede tener potencial para representar simbólicamente un territorio?



**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Análisis e interpretación:**

Acorde al criterio del total de encuestados el 65,5% está totalmente de acuerdo en que el souvenir tiene potencial para representar simbólicamente un territorio, el 30,5% solo

está de acuerdo en ciertos aspectos y el 4,1% está indeciso. En conclusión la mayoría de las personas Ambateñas consideran que un souvenir si puede representar un territorio determinado.

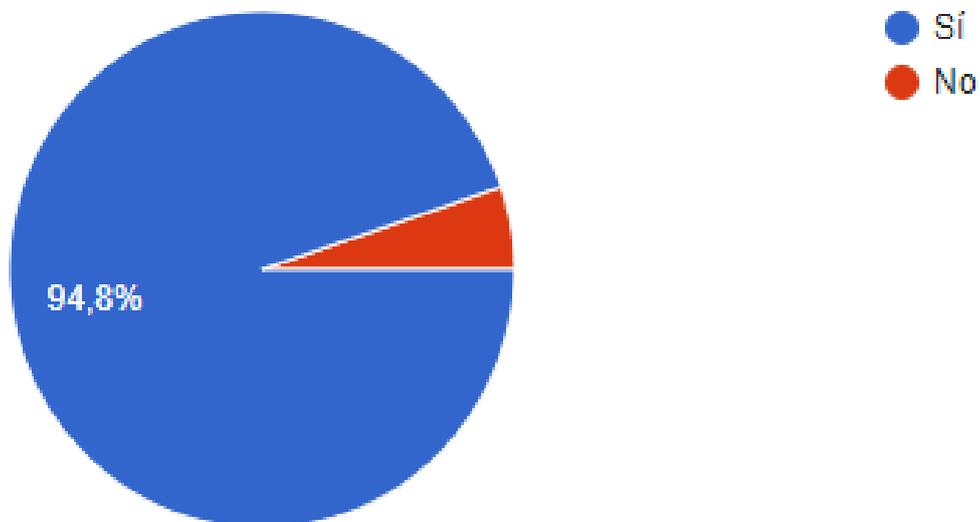
**Pregunta N°7:** ¿Opina usted que un souvenir puede ser un comunicador de la imagen de Ambato ante un turista?

Tabla N° 8: Resultado pregunta N°7

Opción de respuesta	Numero de respuestas	Porcentaje
Si	363	94.8%
No	20	5.2%
<b>Total :</b>	383	100%

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Grafico N° 7:** ¿Opina usted que un souvenir puede ser un comunicador de la imagen de Ambato ante un turista?



**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Análisis e interpretación:**

De la totalidad de los encuestados el 94.8% de los encuestados opina que un souvenir si puede ser un comunicador de la imagen de Ambato ante un turista y solamente el 5,2% cree que un souvenir no puede serlo. Por consiguiente se puede afirmar que a la opinión de la mayoría de ciudadanos un souvenir puede comunicar la imagen de la ciudad de Ambato.

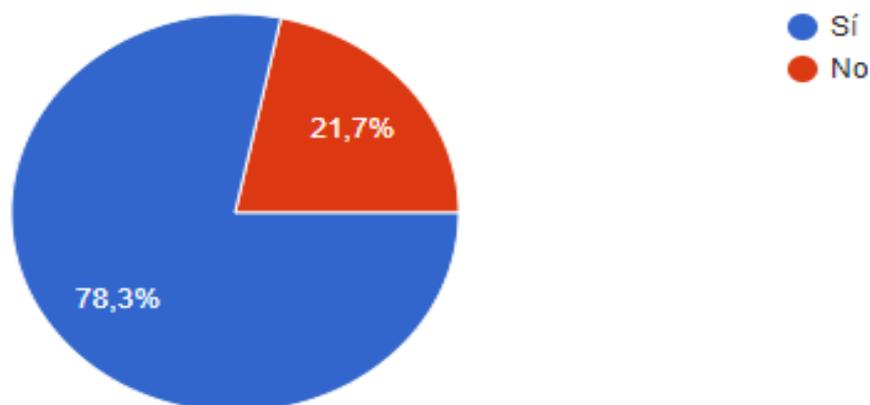
**Pregunta N°8:** ¿Conoce o identifica algún ícono o logotipo que represente a la ciudad de Ambato?

Tabla N° 9: Resultado pregunta N°8

Opción de respuesta	Numero de respuestas	Porcentaje
Si	300	78.3%
No	83	21.7%
<b>Total :</b>	383	100%

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Grafico N° 8:** ¿Conoce o identifica algún ícono o logotipo que represente a la ciudad de Ambato?



**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

#### **Análisis e interpretación:**

En la octava pregunta, acorde al criterio del total de encuestados el 78,3% tiene una respuesta positiva sobre si conoce un icono o logotipo que representa a la ciudad de Ambato y por otra parte el 21,7% no los conoce. Por tal motivo podemos decir que ciertos iconos están en la mente de los pobladores de Ambato y que un cierto porcentaje no tiene conocimiento de los mismos.

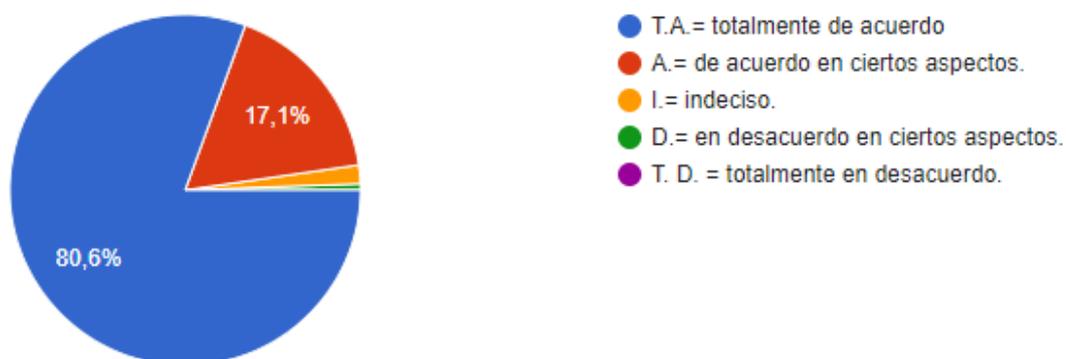
**Pregunta N°9:** ¿Cree usted que la promoción turística de la ciudad de Ambato puede ser mejorada?

Tabla N° 10: Resultado pregunta N°9

Opción de respuesta	Numero de respuestas	Porcentaje
T.A.= totalmente de acuerdo	309	80.6%
A.= de acuerdo en ciertos aspectos.	65	17.1%
I.= indeciso.	7	1.7%
D.= en desacuerdo en ciertos aspectos.	2	0.6%
T. D. = totalmente en desacuerdo.	0	0%
<b>Total:</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Grafico N° 9:** ¿Cree usted que la promoción turística de la ciudad de Ambato puede ser mejorada?



**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Análisis e interpretación:**

En los resultados de esta pregunta del 100% de los encuestados el 80,6% está totalmente de acuerdo en que la promoción turística de Ambato puede ser mejorada, 17,1% solo está de acuerdo en ciertos aspectos mientras el 1,7% está indeciso y

solamente el 0,6% está en desacuerdo en ciertos aspectos. En conclusión se puede mencionar que la mayoría de los Ambateños están de acuerdo en que la promoción de la ciudad puede ser mejorada.

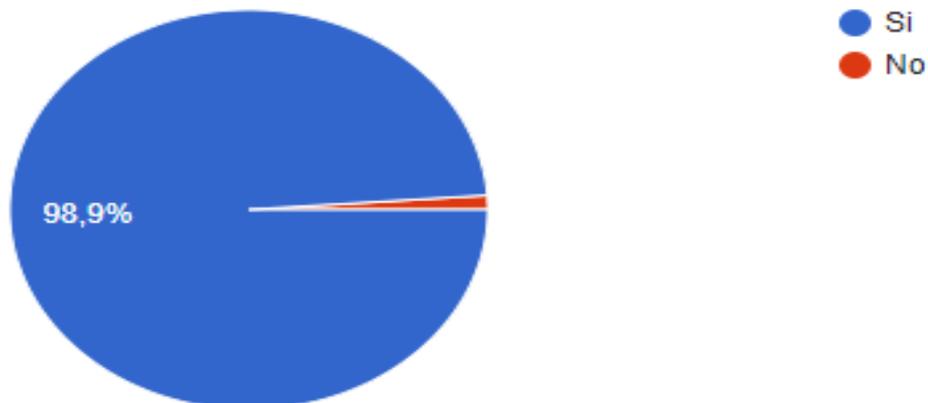
**Pregunta N°10:** ¿Es para usted llamativo un objeto de recuerdo de viaje que refleje aspectos culturales propios de un destino turístico?

Tabla N° 11: Resultado pregunta N°10

Opción de respuesta	Numero de respuestas	Porcentaje
Si	376	98.3%
No	7	1.7%
<b>Total :</b>	383	100%

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Grafico N° 10:** ¿Es para usted llamativo un objeto de recuerdo de viaje que refleje aspectos culturales propios de un destino turístico?



**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

#### **Análisis e interpretación:**

Del total de personas encuestadas el 98,3% tiene una respuesta afirmativa respecto a si es llamativo un objeto que refleje aspectos culturales de un destino turístico y solamente el 1,7% dio una respuesta negativa. Por consiguiente podemos notar que la gran mayoría de personas considera llamativo un objeto de recuerdo de viaje que refleje aspectos culturales de la ciudad.

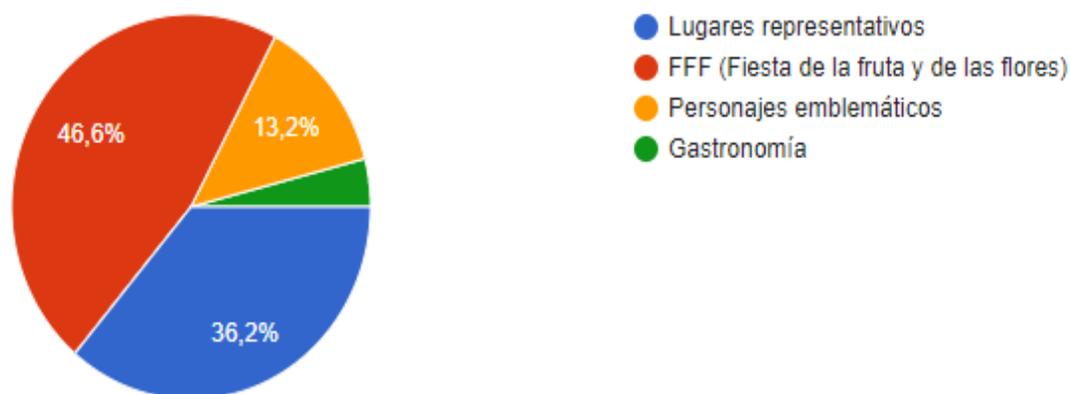
**Pregunta N°11:** ¿Cuál de estos elementos propios de la ciudad cree usted que puedan ser plasmados en un souvenir?

Tabla N° 12: Resultado pregunta N°11

Opción de respuesta	Numero de respuestas	Porcentaje
Lugares representativos	139	36.2%
FFF (Fiesta de la fruta y de las flores)	178	46.6%
Personajes emblemáticos	51	13.2%
Gastronomía	15	4%
<b>Total:</b>	383	100%

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Grafico N° 11:** ¿Cuál de estos elementos propios de la ciudad cree usted que puedan ser plasmados en un souvenir?



**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Análisis e interpretación:**

En la presente pregunta del 100% de personas encuestadas notamos que respecto a los elementos propios de la ciudad de Ambato que pueden ser plasmados en un souvenir, el 46,6% considera que puede ser la fiesta de la fruta y de las flores, el 36,2% está a favor de los lugares representativos, el 13,2 opina que pueden ser los personajes emblemáticos y solamente el 4% la gastronomía. En conclusión el elemento más popular es la fiesta de las frutas y de las flores que es una festividad en

la que la ciudad recibe la mayor cantidad de turistas en el año.

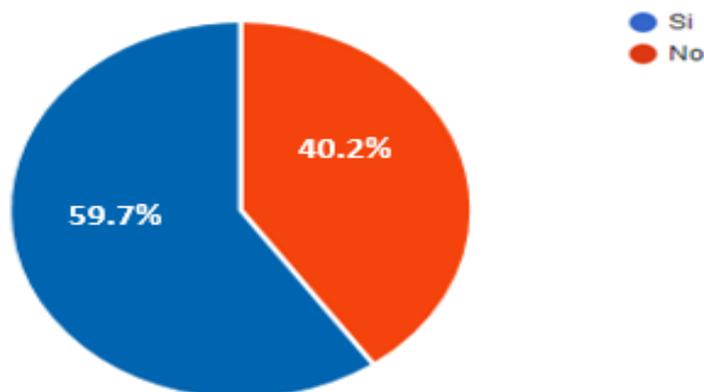
**Pregunta N°12:** ¿Ha visitado la ciudad de Ambato a causa de la promoción realizada por instituciones públicas y empresas privadas?

Tabla N° 13: Resultado pregunta N°12

Opción de respuesta	Numero de respuestas	Porcentaje
Si	229	59.7%
No	154	40.2%
<b>Total :</b>	383	100%

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Grafico N° 12:** ¿Ha visitado la ciudad de Ambato a causa de la promoción realizada por instituciones públicas y empresas privadas?



**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

#### **Análisis e interpretación:**

En la doceava pregunta, acorde al criterio del total de encuestados el 59,7% tiene una respuesta positiva sobre si ha visitado la ciudad de Ambato a causa de la promoción realizada por instituciones públicas y privadas por otra parte el 40,2% no lo ha hecho. Por tal motivo podemos decir que ciertos iconos están en la mente de los pobladores de Ambato y que un cierto porcentaje no tiene conocimiento de los mismos.

### 3.1.4. Validación de la hipótesis

Para realizar la adecuada validación de esta hipótesis se utilizó el software SPSS en el cual se aplicó la prueba del chi-cuadrado por asociación de variables. En el cual el nivel de significancia es de 0,05.

- **Planteamiento de la hipótesis**

**Tabla N° 14:** Hipótesis

<b>H<sub>0</sub></b>	Los souvenirs NO influyen en el impacto de la promoción turística del cantón Ambato
<b>H<sub>1</sub></b>	Los souvenirs SI influyen en el impacto de la promoción turística del cantón Ambato

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

- **Regla de decisión**

H<sub>0</sub>: P-valor (sig) > 0.05

H<sub>1</sub>: P-valor (sig) ≤ 0.05

- **Tabla de prueba de chi-cuadrado**

**Tabla N° 15:** Prueba de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	28,369 <sup>a</sup>	1	,000
Corrección de continuidad	26,543	1	,000
Razón de verosimilitud	41,873	1	,000
Prueba exacta de Fisher			
Asociación lineal por lineal	28,295	1	,000
N de casos válidos	383		

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

- **Decisión**

Debido a que el valor de prueba (Sig) obtenido en el chi-cuadrado de Pearson y en las pruebas complementarias, es menor al nivel de significancia (0,05), se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto: Los souvenirs **SI** influyen en la promoción turística del cantón Ambato.

### 3.1.2. Análisis y demostración de los elementos recopilados.

A continuación se muestra detalladamente mediante fichas un grupo de elementos gráficos que representan aspectos de la ciudad de Ambato que podrán ser colocados en todo tipo de souvenirs.

#### Ficha N°: 1 Jambato

FICHA DE REGISTRO DE ELEMENTOS GRAFICOS	
<b>1. Imagen referencial :</b>	
	
<b>2. Datos informativos</b>	
<b>Denominación:</b>	<u>Jambato</u>
<b>Autor/institución:</b>	GAD municipalidad de Ambato
<b>Temática :</b>	Personaje ficticio
<b>Ubicación:</b>	Ambato-Tungurahua
<b>3. Descripción:</b>	
Es un personaje cuya creación es inspirada en el anfibio <u>Jambato</u> que solía habitar en el cantón, supuestamente extinto hasta su redescubrimiento en el año 2016.	

Elaborado por: Guzmán, A. (2020)

**Ficha N°: 2 Sello municipalidad de Ambato**

<b>FICHA DE REGISTRO DE ELEMENTOS GRAFICOS</b>	
<b>1. Imagen referencial :</b>	
	
<b>2. Datos informativos</b>	
<b>Denominación:</b>	Sello municipalidad de Ambato
<b>Autor/institución:</b>	GAD municipalidad de Ambato
<b>Temática :</b>	Lugares representativos
<b>Ubicación:</b>	Ambato-Tungurahua
<b>3. Descripción:</b>	
Logo de la municipalidad de Ambato en el cual se puede apreciar el monumento a la Primera Imprenta ubicado en la parroquia <u>Pinillo</u> y la Catedral un importante lugar de visita en el centro de la ciudad ambos lugares representativos del cantón.	

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Ficha N°: 3 Logo FFF sin denominación**

<b>FICHA DE REGISTRO DE ELEMENTOS GRAFICOS</b>	
<b>1. Imagen referencial :</b>	
	
<b>2. Datos informativos</b>	
<b>Denominación:</b>	Sin denominación
<b>Autor/institución:</b>	Comité permanente de la fiesta de la fruta y de las flores
<b>Temática :</b>	FFF
<b>Ubicación:</b>	Ambato-Tungurahua
<b>3. Descripción:</b>	
Logotipo usado en la imagen promocional de la fiesta de la fruta y de las flores en su Sexagésima Séptima edición.	

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

## Ficha N°: 4 Los tres Juanes

FICHA DE REGISTRO DE ELEMENTOS GRAFICOS	
<b>1. Imagen referencial :</b>	
	
<b>2. Datos informativos</b>	
<b>Denominación:</b>	Los tres Juanes
<b>Autor/institución:</b>	Carolina Díaz-Revista <u>Nan</u>
<b>Temática :</b>	Personajes emblemáticos
<b>Ubicación:</b>	Ambato-Tungurahua
<b>3. Descripción:</b>	
Es una ilustración en la que se puede apreciar juntos a personajes Ambateños muy importantes para el Ecuador que son Juan Montalvo un ensayista y novelista destacado, Juan León Mera escritor de la letra del himno nacional y Juan Benigno Vela escritor y periodista.	

Elaborado por: Guzmán, A. (2020)

**Ficha N°: 5 Grafica FFF**

<b>FICHA DE REGISTRO DE ELEMENTOS GRAFICOS</b>	
<b>1. Imagen referencial :</b>	
	
<b>2. Datos informativos</b>	
<b>Denominación:</b>	Imagen Gráfica F.F.F. 2020
<b>Autor/institución:</b>	Comité permanente de la fiesta de la fruta y de las flores
<b>Temática :</b>	FFF
<b>Ubicación:</b>	Ambato-Tungurahua
<b>3. Descripción:</b>	
<p>Icono de estilo minimalista en el cual se puede apreciar elementos que representan a la ciudad como la catedral, el Guaytambo, un colibrí y en el centro un reloj que marca la hora exacta en la cual tembló Ambato en el terremoto de 1949.</p>	

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Ficha N°: 6 Logo FFF sin denominación**

<b>FICHA DE REGISTRO DE ELEMENTOS GRAFICOS</b>	
<b>1. Imagen referencial :</b>	
	
<b>2. Datos informativos</b>	
<b>Denominación:</b>	Sin denominación
<b>Autor/institución:</b>	Comité permanente de la fiesta de la fruta y de las flores
<b>Temática :</b>	FFF
<b>Ubicación:</b>	Ambato-Tungurahua
<b>3. Descripción:</b>	
Logotipo usado en la imagen promocional de la fiesta de la fruta y de las flores en su Sexagésima Séptima edición.	

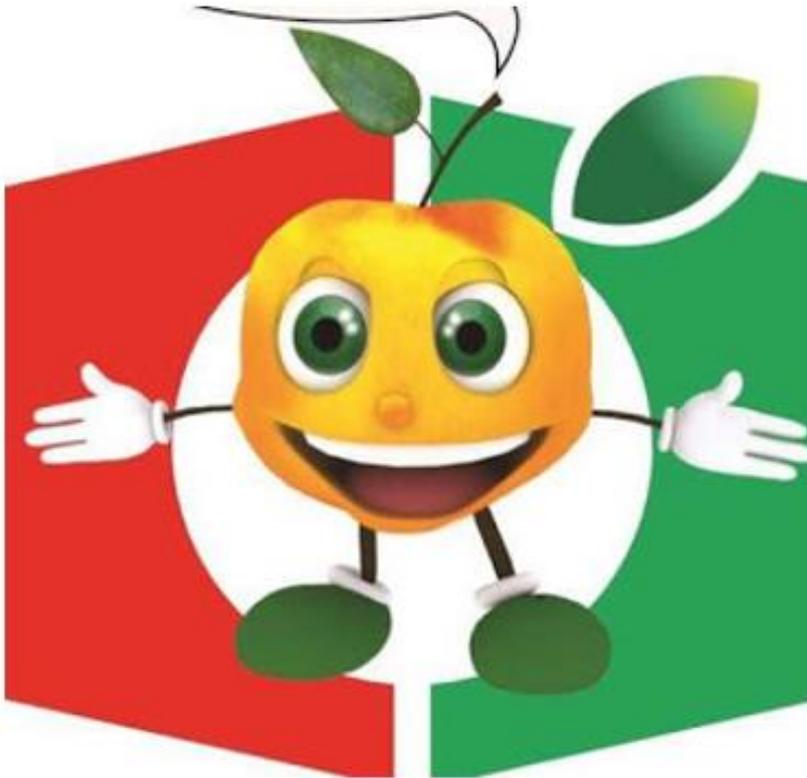
**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

**Ficha N°: 7 Logo cámara de turismo sin denominación**

<b>FICHA DE REGISTRO DE ELEMENTOS GRAFICOS</b>	
<b>2. Imagen referencial :</b>	
	
<b>3. Datos informativos</b>	
<b>Denominación:</b>	Sin denominación
<b>Autor/institución:</b>	Cámara provincial de turismo de Tungurahua
<b>Temática :</b>	Lugares representativos
<b>Ubicación:</b>	Ambato-Tungurahua
<b>4. Descripción:</b>	
Logo que representa una institución encargada del turismo en el cantón Ambato y la provincia de Tungurahua, en el podemos apreciar un lugar icónico de Ambato como es la catedral.	

**Elaborado por:** Guzmán, A. (2020)

## Ficha N°: 8 Guaytambito

FICHA DE REGISTRO DE ELEMENTOS GRAFICOS	
<b>1. Imagen referencial :</b>	
	
<b>2. Datos informativos</b>	
<b>Denominación:</b>	<u>Guaytambito</u>
<b>Autor/institución:</b>	GAD municipalidad de Ambato
<b>Temática :</b>	Personaje ficticio
<b>Ubicación:</b>	Ambato-Tungurahua
<b>3. Descripción:</b>	
Personaje que representa una fruta representativa que se cultiva en el cantón, razón por la cual al ambateño en el Ecuador se lo conoce como Guaytambo, aunque represento a la ciudad por un tiempo ha sido de cierta manera olvidado a lo largo del tiempo.	

Elaborado por: Guzmán, A. (2020)

## **CAPITULO IV**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1. Conclusiones**

En la ciudad de Ambato se puede apreciar que la promoción mediante objetos de recuerdo de viaje o souvenirs no ha estado presente de la manera adecuada en la que podría formar parte de los medios de promoción que se utilizan, pero ahora se sabe que un producto de este tipo forma parte la experiencia turística en la mayoría de ocasiones, para tal efecto, gracias a la aplicación de la encuesta se pudo obtener información de cómo los souvenirs tienen la capacidad de ser un elemento que promueva a Ambato reflejando sus aspectos más relevantes, los temas de mayor interés para la población que puedan ser reflejados en los souvenirs, además que el ciudadano ambateño tiene cierto conocimiento sobre estos artículos, a más de esto y lo más importante, que el ambateño tiene interés en que la ciudad pueda ser promocionada de esta manera.

En conclusión, al obtener la información respecto a los logotipos y elementos publicitarios en el contexto turístico se aprecia que la ciudad tiene varios elementos que demuestran nuestros lugares representativos, personajes icónicos, festividades, cultura entre otros y mediante las fichas de registro de elementos gráficos que han sido indispensable en la investigación se pudo detallar adecuadamente sus propiedades especificando su denominación, a qué aspecto está relacionado cada uno, una breve descripción de cada elemento y a qué institución pertenece, por lo tanto gracias a esta recopilación de información se pudo tener una idea clara de lo que tiene significancia turística y puede estar presente en un souvenir del cantón Ambato.

En consecuencia, en la imagen de la ciudad de Ambato tenemos varios elementos visuales que pueden ser muy llamativos para un visitante, por lo tanto deben ser aprovechados en los momentos de mayor interés turístico de la ciudad, razón por la

cual es adecuada la implementación de una campaña de promoción de Ambato mediante souvenirs en la que podamos ver imágenes que nos representen como ciudad y puedan ser comunicadores del destino para otras personas ya que esta podría implicar un valor agregado a la promoción turística del cantón siendo algo novedoso .

#### **4.2. Recomendaciones**

La promoción de un destino es fundamental para que aumente la cantidad de visitantes, por lo cual es recomendable que se tomen en cuenta seriamente nuevas formas de promocionar Ambato que son igual de efectivas que las ya conocidas, para de esta manera innovar y marcar una diferencia en lo que Ambato puede ofrecer en comparación a otros destinos del Ecuador y pueda atraer a más turistas así generando un impacto positivo.

Aunque en Ambato si existen, logotipos, iconos y gráficos, visualmente la imagen de la ciudad es muy escasa considerando el potencial del cantón en cuanto a elementos turísticos que podríamos representar a vista de las personas que están interesadas en visitar Ambato, entonces existen ciertas limitaciones por lo cual se recomienda que las instituciones encargadas del turismo deberían tener en consideración enfocarse un poco más en la parte visual para mejorar la oferta turística en general y no solo respecto a lo que puede estar mostrado en souvenirs.

Se recomienda que las instituciones encargadas del turismo se planteen la idea de promocionar Ambato mediante souvenir considerando su potencial y puedan diseñar una planificación que beneficie a los ambateños en la que puedan participar activamente al presentar nuevos diseños y productos y a cambio reciban algún tipo de beneficio.

## MATERIALES DE REFERENCIA

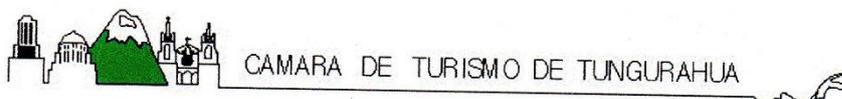
### Bibliografía

- Baudrillard, J. (2004). *El sistema de los objetos*. Mexico DF: Siglo Veintiuno Editores .
- Bracco, M. G. (2017). Guías, imágenes y souvenirs: reflexiones sobre los artefactos mediadores de la practica turistica . *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 741-750.
- Castillo-Palacio, M., & Castaño-Molina, V. (2014). LA PROMOCIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE TÉCNICAS TRADICIONALES Y NUEVAS. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 737-757.
- Ejarque, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing*. Madrid: Piramide.
- Ely, P. (2013). Selling Mexico: marketing and tourism values. *Tourism Management Perspectives*, 80-89.
- Flick, U. (2009). *Introducción a la investigación cualitativa* . Londres : Sage Publications. Londres.
- Gomez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Cordoba : Editorial Brujas .
- Hopkins, J. (1998). Signs of the Post-Rural: Marketing Myths of a Symbolic Countryside. *Series B, Human Geography*, 65-81.
- Horodyski, G. S., Manosso, F. C., & Gândara, J. M. (2014). A Pesquisa Narrativa na Investigaçã das Experiências Turísticas Relacionadas ao Consumo de Souvenirs: uma abordagem fenomenológica. *Revista Turismo Em Análise*, 203-230.
- Hume, D. (2013). *The genealogy of the tourist gaze part 1: Art history, anthropology and souvenirs*. Bangkok: Research Gate.
- K.Swanson, K., & J.Timothy, D. (2012). Souvenirs: Icons of meaning, commercialization and commoditization. *Tourism management* , 489-499.

- Kong, W. H., & Chang, T.-Z. (2016). Souvenir Shopping, Tourist Motivation, and Travel Experience. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 163-177.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing*. Pearson Educación.
- Krause, M. (1995). La investigación cualitativa. *Revista temas de educación n-7*, 19-37.
- Lasusa, D. (2007). EIFFEL TOWER KEY CHAINS AND OTHER PIECES OF REALITY: THE PHILOSOPHY OF SOUVENIRS. *Philosophical Forum*, 271-287.
- Mosquera, D. S. (2011). *Un paseo por las tiendas de souvenir*. Santiago de compostela: Universidad de santiago de compostela.
- Municipalidad de Ambato . (2013). *Plan del Desarrollo y Ordenamiento*. Ambato .
- Petit-Laurent, A., & Bargueño, E. (2017). Lo útil, lo inútil y la utilidad de lo inútil. El souvenir como objeto. *Arte, Individuo y Sociedad*, 153-166.
- Pine, J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy - work is theatre & every business a stage*. Boston: Harvard Business Press.
- Siqueira, E. D. (2008). Turismo, consumo e cultura: significados e usos sociais do souvenir em Petrópolis-RJ. *Contemporânea (Título não-corrente)*, 2-18 .

## ANEXOS

### Anexo N°1: carta de compromiso emitida por la cámara de turismo de Tungurahua



### CARTA DE COMPROMISO

Ambato, 25/Mayo/2020

Doctor  
Marcelo Núñez Espinosa  
**Presidente**  
**Unidad de titulación**  
**Carrera de Turismo y hotelería**  
**Facultad de Ciencias humanas y de la educación**

Yo, Eduardo Calvache, en mi calidad de Director Ejecutivo de LA CÁMARA PROVINCIAL DE TURISMO DE TUNGURAHUA, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el Tema: **"ESTUDIO DEL IMPACTO DE LOS SOUVENIRS EN LA PROMOCION TURISTICA DEL CANTON AMBATO"** propuesto por el estudiante Guzmán Tobar Alfredo Estefano, portador de la Cédula de Ciudadanía 1804411658, estudiante de la Carrera de Turismo y hotelería Facultad de Ciencias humanas y de la educación de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente.

  
Eduardo Calvache  
1801635572  
2822149  
0998357077  
capturtun@gmail.com



**Anexo N°2:** Cuestionario de la encuesta

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

**Tema:** Estudio del impacto de los souvenirs en la promoción turística del cantón Ambato.

**1. ¿Conoce usted algún tipo de souvenir o recuerdo que represente o identifique a la ciudad de Ambato?**

Si

No

**2. ¿Considera usted que la oferta de souvenirs o recuerdos referentes a la ciudad de Ambato ha permitido promocionar la imagen de la ciudad?**

T.A.= totalmente de acuerdo

A.= de acuerdo en ciertos aspectos.

I.= indeciso.

D.= en desacuerdo en ciertos aspectos.

T. D. = totalmente en desacuerdo.

**3. ¿Opina usted que ofertar souvenirs puede generar un efecto positivo en la oferta turística de Ambato?**

T.A.= totalmente de acuerdo

A.= de acuerdo en ciertos aspectos.

I.= indeciso.

D.= en desacuerdo en ciertos aspectos.

T. D. = totalmente en desacuerdo.

**4. ¿Ha adquirido usted un objeto de recuerdo de viaje cuando ha estado realizando turismo?**

Si

No

**5. ¿Cuándo su visita a un destino turístico ha sido satisfactoria, le agradecería de alguna manera materializar su experiencia para conservar un recuerdo físico de esta?**

T.A.= totalmente de acuerdo

A.= de acuerdo en ciertos aspectos.

I.= indeciso.

D.= en desacuerdo en ciertos aspectos.

T. D. = totalmente en desacuerdo.

**6. ¿Considera que un souvenir puede tener potencial para representar simbólicamente un territorio?**

T.A.= totalmente de acuerdo

A.= de acuerdo en ciertos aspectos.

I.= indeciso.

D.= en desacuerdo en ciertos aspectos.

T. D. = totalmente en desacuerdo.

**7. ¿Opina usted que un souvenir puede ser un comunicador de la imagen de Ambato ante un turista?**

Si

No

**8. ¿Conoce o identifica algún ícono o logotipo que represente a la ciudad de Ambato?**

Si

No

**9. ¿Cree usted que la promoción turística de la ciudad de Ambato puede ser mejorada?**

T.A.= totalmente de acuerdo

A.= de acuerdo en ciertos aspectos.

I.= indeciso.

D.= en desacuerdo en ciertos aspectos.

T. D. = totalmente en desacuerdo.

**10. ¿Es para usted llamativo un objeto de recuerdo de viaje que refleje aspectos culturales propios de un destino turístico?**

Si

No

**11. ¿Cuál de estos elementos propios de la ciudad cree usted que puedan ser plasmados en un souvenir?**

Lugares representativos

FFF

Personajes emblemáticos

Gastronomía

**12. ¿Ha visitado la ciudad de Ambato a causa de la promoción realizada por instituciones públicas y empresas privadas?**

Si

No

## **Anexo N°3: Propuesta**

### **Desarrollo de la propuesta**

Crear una campaña promocional utilizando logotipos, personajes, diseños propios de la ciudad que puedan ser plasmados en souvenirs.

#### **Descripción de la propuesta**

Mediante la creación de esta campaña se busca comunicar los aspectos más relevantes de la ciudad en objetos de recuerdo de viaje en los que se detalla principalmente los iconos y logos existentes que han sido recopilados previamente en la investigación, así también los artículos idóneos en los cuales es posible mostrar nuestra imagen de ciudad y que son atractivos para el consumo de los turistas. Dentro de este marco, con la ayuda de herramientas de diseño podremos tener una visión real de como serian nuestros artículos, por otra parte con los artículos ya diseñados será posible comparar nuestros productos con otros similares ya existentes. Por consiguiente la presente propuesta busca enseñar una imagen real del producto final, a quien está dirigido y cuáles son los beneficios que brindan.

#### **Justificación de la propuesta**

La promoción turística de una ciudad es esencial para que los potenciales visitantes tengan conocimiento de lo que allí se ofrece y puedan así decidir si es el destino al que irán, por lo tanto existen varias maneras promocionar un destino como por ejemplo los medios digitales, prensa, volantes, anuncios entre otros, pero un recurso que no ha sido explorado aun a fondo es el de la promoción mediante mercancía y objetos que en su funcionalidad son sencillos pero tienen un alto valor comunicativo y es el de presentar la imagen de un destino o algo característico que recuerde al visitante su experiencia vivida, estos objetos son conocidos como souvenirs. En tal sentido como

estamos viviendo en una sociedad consumista en la mayoría de ocasiones la experiencia turística viene acompañada de la necesidad del turista de llevarse consigo algo del lugar que visito como un regalo para alguna persona en su lugar de residencia o para de alguna manera materializar sus memorias y mejor aún si aquel artículo solo puede conseguirse allí. Debido a esto surge el interés de plantear una campaña para promocionar a la ciudad de Ambato mediante souvenirs que son objetos tan simples pero que pueden hacer que el destino se grabe en la mente del visitante.

Se sabe que actualmente Ambato no es una ciudad que reciba una gran cantidad de turistas en todas las épocas del año pero en las épocas festivas es uno de los cantones que más turistas recibe especialmente en la fiesta de la fruta y de las flores o en los feriados nacionales y es cuando estos objetos pueden ser ofertados y comercializados.

La creación de una campaña de promoción para la ciudad mediante souvenirs será una propuesta innovadora en la cual podremos apreciar una forma de difusión en la que estarán representados aspectos culturales representativos propios de la ciudad en artículos promocionales como camisetas, llaveros, cuadernos, bolígrafos , jarros, gorras, en fin, un sinnúmero de objetos existentes en los que la imagen de Ambato puede llegar a los visitantes , con el valor agregado de imponer objetos de calidad lo que lo diferenciara de la mercancía promocional de pésima calidad que actualmente se oferta en muchos lugares del país.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

- ❖ Transmitir la imagen de la ciudad de Ambato a los turistas mediante la oferta de souvenirs.

### **Objetivos específicos**

- ❖ Especificar los objetos en los cuales pueden ser mostradas las imágenes iconos y logos de Ambato.
- ❖ Sugerir los puntos de venta en la ciudad de Ambato en donde pueden ser ofertados los souvenirs.
- ❖ Crear mediante diseños las imágenes de una representación visual del souvenir que puede ofertarse.

### **Beneficiarios**

- ❖ Turistas que visiten Ambato
- ❖ Habitantes de la ciudad
- ❖ Comercio local
- ❖ Sector turístico Ambateño
- ❖ Cámara de turismo de Tungurahua

### **Condiciones y limitaciones**

Los artículos producidos podrán ser comercializados de preferencia en la zona urbana de la ciudad de Ambato y principalmente en fechas establecidas de festividades y feriados. Aunado a esto el uso de las imágenes, logos o símbolos planteados podrán ser utilizados únicamente bajo consentimiento o acuerdos con su autor.

## **PRODUCTOS EN LOS QUE PUEDE SER COLOCADA LA IMAGEN DE AMBATO**

Es importante mencionar el hecho de que existen cientos de artículos o souvenirs en los que se puede reflejar una imagen promocional, para tal efecto se han seleccionado aquellos que son de fácil distribución, comercialización y que son más llamativos y convenientes para ser adquiridos por un turista.

- ❖ Camisetas
- ❖ Botellas deportivas
- ❖ Bolígrafos
- ❖ Libretas
- ❖ Encendedores
- ❖ Llaveros
- ❖ Stickers
- ❖ Tazas
- ❖ Bolsas reutilizables
- ❖ Llaveros
- ❖ Regalos infantiles

## **PUNTOS DE VENTA SUGERIDOS PARA LA OFERTA DE SOUVENIRS**

Es importante primero mencionar que en este caso podríamos tener dos tipos de puntos de venta, los puntos de venta directos que son aquellos en los cuales los souvenirs son vendidos en lugares de interés turístico directamente relacionados a la ciudad por su distribuidor y los puntos de venta a través de intermediarios que en nuestro caso pueden ser establecimientos relacionados al sector turístico pero que no están relacionados directamente con las organismos referentes a turismo de la ciudad , por ejemplo hoteles , restaurantes entre otros.

### **Puntos de venta directos**

- Centro de información turística de Tungurahua
- Cámara de turismo de Tungurahua
- Jardín botánico atocha la liria
- Centro comercial artesanal
- Quinta de Juan León Mera
- Parques de la ciudad
- Casa mausoleo de Juan Montalvo

### **Puntos de venta a través de intermediarios**

- Hotel Miraflores
- Hotel Ambato
- Hotel Florida
- Hotel boutique Mary Carmen
- Restaurant la fornace
- Choko cafetería
- Ponche suizo
- Restaurante Alamo Chalet
- Cafetería sierra bella
- Agencias de viaje de la ciudad

## REPRESENTACIÓN VISUAL DE LOS SOUVENIRS QUE PUEDEN SER OFERTADOS.

Las imágenes que se muestran en esta representación son aquellas que fueron recopiladas durante la investigación.

- **Grupo de imágenes N.1**

Artículos en lo que se aprecia al Jambato, personaje creado por la municipalidad.



- **Grupo de imágenes N.2**

En esta sección podemos apreciar al Guaytambito personaje creado por la municipalidad basada en una fruta representativa.



- **Grupo de imágenes N.3**

Aquí se utilizó la imagen de los tres Juanes personajes ilustres icónicos para nuestra ciudad y de gran relevancia nacional.



- **Grupo de imágenes N.4**

En los objetos que aquí se observan se ha colocado la imagen de un logotipo que fue parte de la imagen de la sexagésima octava edición de la fiesta la fruta y de las flores.



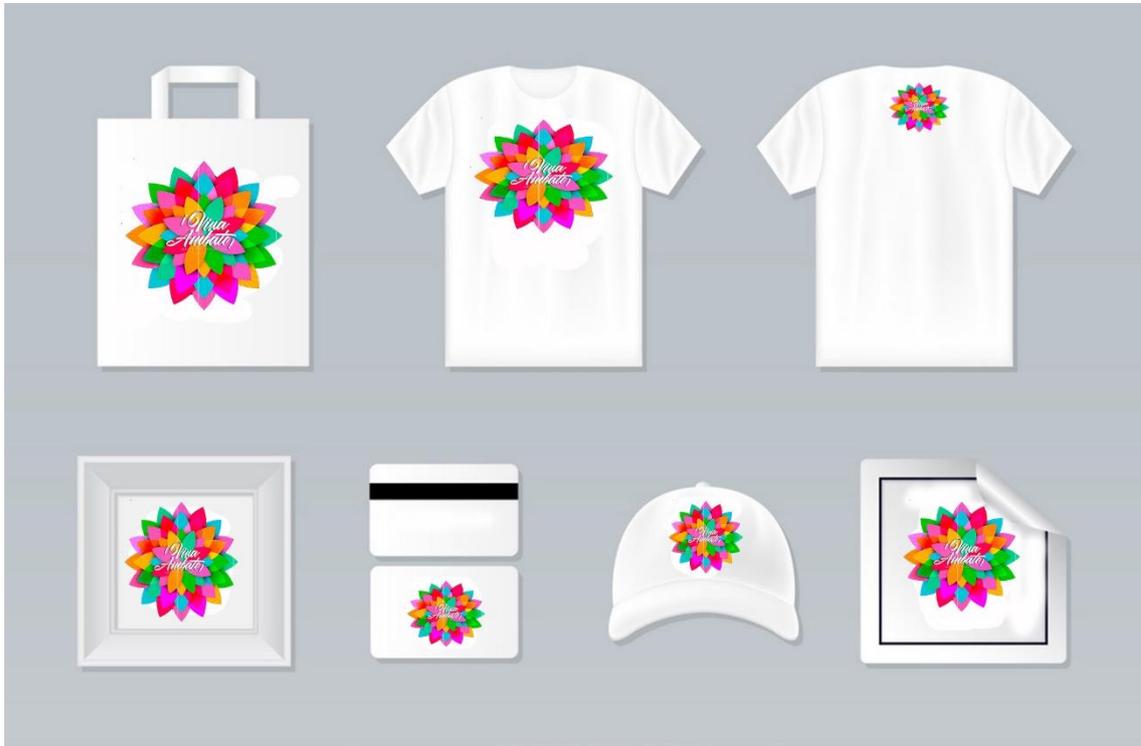
- **Grupo de imágenes N.5**

Reflejado en los artículos esta un icono de la municipalidad de Ambato que representa de buena manera sitios representativos y de interés turístico.



- **Grupo de imágenes N.6**

En los objetos que aquí se observan se ha colocado la imagen de un logotipo que fue parte de la imagen de la sexagésima octava edición de la fiesta la fruta y de las flores.



- **Grupo de imágenes N.7**

El presente grafico representa a la cámara de turismo de Tungurahua, institución importante para el desarrollo del turismo del cantón en el podemos observar a la catedral de Ambato, lugar de interés turístico.



- **Grupo de imágenes N.8**

En los objetos que aquí se observan se ha colocado la imagen de un logotipo que fue parte de la imagen de la sexagésima novena edición de la fiesta la fruta y de las flores. En él se aprecian varios elementos culturales y lugares icónicos como la catedral.

