



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
MODALIDAD PRESENCIAL**

**Informe final del Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de
Licenciado en Ciencias de la Educación Mención: Turismo y Hotelería**

TEMA:

**“LA DIFUSIÓN TURÍSTICA Y LOS RECURSOS NATURALES DE LA
PARROQUIA BAQUERIZO MORENO, CANTÓN PÍLLARO”.**

Autor: Christian Patricio Torres Lozada.

Tutor: Lcdo. Mario Giovanni Romo Rojas, Mg.

AMBATO – ECUADOR

2022

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

CERTIFICA:

Yo, Lcdo. Mario Giovanni Romo Rojas, Mg., en mi calidad de tutor del Trabajo de Graduación o Titulación sobre el tema: **“La difusión turística y los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno, cantón Píllaro”**, desarrollado por el estudiante Christian Patricio Torres Lozada, 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.

.....
Lcdo. Mario Giovanni Romo Rojas, Mg.

C.I. 1803156478

TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, con el tema: “**La difusión turística y los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno, cantón Píllaro**” quien, basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la Investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autor.

A handwritten signature in blue ink, reading "CHRISTIAN TORRES L", is written over a horizontal dotted line.

Christian Patricio Torres Lozada

C.I: 1804629234

AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

La comisión de estudio y calificación del Informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“La difusión turística y los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno, cantón Píllaro”** presentado por el señor Christian Patricio Torres Lozada, Egresado de la carrera de Turismo y Hotelería, 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 el organismo pertinente.

.....
Ing. Sonia Paola Armas Arias Mg.
C.I: 180320282 – 7

.....
Lcdo. Mg. Camilo Francisco Torres Oñate.
C.I: 180331816 - 9.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

En la presente Tesis la dedico a mi querida madre Elena Lozada, especialmente por su paciencia y tolerancia, que, a través de su ejemplo, constancia, y esfuerzo, supo guiarme y apoyarme incondicionalmente para lograr alcanzar mi sueño de graduarme.

También con mucho cariño a mi tío Danilo Lozada, que ha sido como un padre para mí y que formo parte de este gran logro a lo largo de mi vida estoy profundamente agradecido con él.

A mis abuelos Teresita Vascones (+) y Oswaldo Lozada (+), que siempre estuvieron para mí y preocupados de mis estudios y desde cielo estarán muy felices por alcanzar mi sueño de niño.

A mis hermanas Gaby y Naty que siempre me han apoyado en todo momento, y por haberme dado todo su amor inalcanzable hacia mí, también a mis tíos, primos por su colaboración diaria para cumplir mis objetivos,

Finalmente, una mención muy especial a la Dra. Mónica López Pazmiño, quien, a formado parte esencial en mi vida universitaria, estoy muy contento por su cariño especial de su parte-

GRACIAS A TODOS

Christian Patricio Torres Lozada

AGRADECIMIENTO

Primero le doy gracias a dios padre que está en el cielo quien ha guiado y bendecido mi vida, día tras día, el cual he sentido su protección y enseñanza, y me ha permitido conseguir este sueño. A la Universidad Técnica de Ambato, por brindarme la oportunidad de estudiar en esta prestigiosa universidad, donde descubrí nuevos caminos que me ayudaran en mi vida profesional, a los docentes de la Carrera de Turismo y Hotelería que supieron compartir todo su conocimiento y experiencias, manera especial a mi Tutor de tesis: Lcdo. Mario Romo, Mg, por todo su apoyo, paciencia y colaboración para el desarrollo de esta tesis. También quiero agradecer a mis amigos: Anyely Salazar, Geovanny Yanchatuña y Tatiana Arcos por los consejos recibidos y a la amistad sincera a lo largo de los últimos años de nuestra vida universitaria, y mi familia que siempre me ayudaron y apoyaron diariamente para poder dar cumplimiento a mi tesis.

Christian Patricio Torres Lozada

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

A. PÁGINAS PRELIMINARES

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
INDICE DE ANEXOS.....	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPITULO I.....	1
MARCO TEÓRICO.....	1
1.1. Antecedentes Investigativos.....	1
1.2. Fundamentación Teórica Científica	3
Turismo.....	3
Turista.....	4
El turismo en el modelo oportuno sostenible.....	5
Retos Estructurales, Plan Nacional de Turismo 2030.....	5
Los ejes estratégicos de la competitividad del turismo.....	5
Medios de difusión aplicados en el turismo.....	6
Difusión turística.....	8
Importancia de la difusión turística en medios tradicionales.....	12
Recursos naturales	13
Medio ambiente	15

Bosque siempreverde montano alto en la Cordillera Oriental de los Andes	16
1.3. Objetivos	18
Objetivo General	18
Objetivos Específicos	19
CAPÍTULO II	21
METODOLOGÍA	21
2.1. Materiales	21
Recursos y Materiales	21
2.2 Enfoques de investigación.....	22
Enfoque mixto.....	22
2.3 Método	23
Método deductivo	23
Método inductivo.....	24
Alcance exploratorio	24
Alcance territorial: Parroquia Baquerizo Moreno.....	25
Dimensión socio cultural	25
Dimensión Económica.....	25
Dimensión política institucional y participación ciudadanía	25
Dimensión físico ambiental	26
Población y muestra	26
Población	26
Muestra	26
Muestreo probabilístico	28
Muestreo aleatorio siempre.....	29
Plan de recolección de información	29
Técnicas e Instrumentos recolección de la información	29
Técnica: Encuesta	30
Información producida por la encuesta.....	30
Técnica del inventario del sector turístico	31

Instrumento: cuestionario	32
Instrumento: Ficha de inventario de los atractivos turísticos	33
Recolección de la información.....	33
Procesamiento y análisis de la información	34
Análisis de validez y fiabilidad cuantitativa	34
CAPITULO III.....	36
RESULTADOS Y DISCUSION	36
3.1. Análisis e interpretación de resultados.....	36
3.1.1. Análisis de los resultados obtenidos al aplicar la encuesta a los turistas..	37
3.2. Verificación de la Hipótesis	47
Modelo Lógico.....	47
Modelo Matemático	47
3.2.3. Modelo Estadístico	47
Recolección de datos y cálculos estadísticos	49
Cálculo de X^2_c	50
Decisión Estadística.....	51
CAPÍTULO IV	52
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	52
4.1. Conclusiones	52
4.2. Recomendaciones.....	53
CAPÍTULO V	54
PROPUESTA.....	54
5.1. Propuesta	54
Datos Informativos	54
Institución Ejecutora	54
Beneficiarios	54
Ubicación	54
Antecedentes de la propuesta.....	55
Justificación.....	56
Objetivos	57

Objetivo General.....	57
Objetivos Específicos.	57
Fundamentación:	58
Importancia del video en la difusión turística.....	58
Beneficios Vídeo Publicitario.....	58
Estrategia	59
Difusión	60
Bibliografía	62
Anexos	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Recursos y materiales.....	21
Tabla 2. Recursos Económicos	22
Tabla 3. Población y muestra	26
Tabla 4. Población y muestra	28
Tabla 5. Resumen del procesamiento de los casos	35
Tabla 6. Estadística de fiabilidad	35
Tabla 7. Probabilidad de un valor superior - Alfa (α).....	48
Tabla 8. Frecuencias Observadas	49
Tabla 9. Frecuencias Esperadas	49
Tabla 10. Cálculo de X^2_c	50

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Información publicitaria sobre el Servicio de turismo.....	37
Gráfico 2. La parroquia Baquerizo cuenta con lugares turísticos	38
Gráfico 3. Medios considera usted que favorecen en la difusión del turismo	39
Gráfico 4. El GAD de la parroquia protege los recursos naturales	40
Gráfico 5. Visita a las cascadas en la parroquia Baquerizo Moreno.....	41
Gráfico 6. Guía de turismo.....	42
Gráfico 7. Diseñar una estrategia publicitaria para difundir las cascadas.....	43
Gráfico 8. La difusión de las cascadas beneficia económicamente al sector.....	44
Gráfico 9. Video para difundir las Cascadas: La Toma, Pugse y el Cañón Bravo	45
Gráfico 10. La difusión de las Cascadas incrementará el turismo	46

INDICE DE ANEXOS

Aplicación, Ficha inventario de atractivos turísticos	73
Ficha inventario de atractivos turísticos: Cascada La Toma	73
Ficha para inventario de atractivo turísticos: Cascada Pugse.....	78
Ficha para inventario de atractivos Turísticos: Cascada Cañón Bravo	83
Ficha inventario de Sitio Natural: Rio Pucahuaico	88
Ficha inventario del Sitio Natural: Bosque Montano.....	93
Sitio Natural: Montana Quinuales.....	97

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

TEMA: “La difusión turística y los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno, cantón Píllaro”

Autor: Christian Patricio Torres Lozada

Tutora: Lcdo. Mario Giovanni Romo Rojas, Mg.

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo es una actividad que beneficia al sector productivo, con servicios que involucra a artesanos, transportistas, etc. Por las razones expuestas el estudio presentado propone: analizar la difusión turística y los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno, cantón Píllaro, provincia de Tungurahua. La metodología utilizada es el estudio mixto, un proceso sistemático, empírico y crítico producto de corriente positivista, prevalece la medición, el análisis de las relaciones causales entre las variables, método deductivo, el investigador plantea su problema mediante la definición de objetivos, utiliza la observación de datos repetibles y generalizables, determinan las características de una realidad particular, el método inductivo, estudia y conoce las características genéricas o comunes reflejadas en un conjunto de realidades para elaborar una propuesta de índole general, incluye el diseño transversal, aplicado para obtener la información que posteriormente es analizada, teniendo como fin probar la veracidad de la hipótesis planeada, con alcance exploratorio, basada en examinar un problema que poco estudiado, engloba el tamaño de la muestra conformado por 148 personas, el muestreo probabilístico se constituyó en una herramienta de la investigación científica que tiene como finalidad determinar la población a estudiar. La técnica utilizada es la encuesta, junto con el inventario del sector turístico; cuyo instrumento es el cuestionario estructurado y la ficha de inventario de atractivos turísticos otorgado por el Ministerio de Turismo. Se concluye que existe la necesidad de elaborar un video que sea difundido por las redes sociales para alcanzar mayor impacto, rentabilidad y sostenibilidad en el sector turístico.

PALABRAS CLAVES: ATRACTIVOS, DIFUSIÓN, ECONOMÍA, NATURALES, PRODUCTIVO

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF HUMAN SCIENCES AND EDUCATION
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
MODALIDAD PRESENCIAL

THEME: “Tourism dissemination and natural resources of the Baquerizo Moreno parish, Píllaro canton”

Author: Christian Patricio Torres Lozada

Tutor: Lcdo. Mario Giovanni Romo Rojas, Mg.

ABSTRACT

Tourism is an activity that benefits the productive sector, with services that involve artisans, carriers, etc. For these reasons, the study presented here proposes to analyze the diffusion of tourism and natural resources in the parish of Baquerizo Moreno, Píllaro canton, province of Tungurahua. The methodology used is the mixed study, a systematic, empirical and critical process product of positivist current, measurement prevails, analysis of causal relationships between variables, deductive method, the researcher poses his problem by defining objectives, uses the observation of repeatable and generalizable data, determine the characteristics of a particular reality, the inductive method, studies and knows the generic or common characteristics reflected in a set of realities to develop a proposal of a general nature, includes the transversal design, applied to obtain the information that is later analyzed, with the purpose of testing the veracity of the planned hypothesis, with exploratory scope, based on examining a problem that is little studied, includes the sample size of 148 people, the probabilistic sampling was constituted in a tool of the scientific research that has the purpose of determining the population to be studied. The technique used is the survey, together with the inventory of the tourism sector; whose instrument is the structured questionnaire and the inventory card of tourist attractions granted by the Ministry of Tourism. It is concluded that there is a need to develop a video to be disseminated through social networks to achieve greater impact, profitability and sustainability in the tourism sector.

KEYWORDS: ATTRACTIVE, DIFFUSION, ECONOMY, NATURAL, PRODUCTIVE

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes Investigativos

En esta sección se efectuó una revisión bibliográfica, en cuanto a las variables de estudio difusión turística y los recursos naturales, el estudio se ejecutó tomando como referencia la información publicada por varios autores e investigadores nacionales e internacionales en Google Scholar y E-book Book (Revistas indexadas sobre el trabajo de escritura de posgrado) realizadas en diferentes países del mundo; para enriquecer la indagación se indican las siguientes:

Según el estudio efectuado por **Andrade (2019)**, en la Revista Universitas de la Universidad Politécnica Salesiana, con el tema: “Comunicación digital en desarrollo turístico de la Isla Puná, Ecuador”, tiene como objetivo potencializar actividades de desarrollo económico y social como el turismo, el propósito fue difundir la información y ampliación a los canales de comunicación, para los sectores sociales, culturales y productivos del lugar; en la metodología emplea un enfoque cualitativo; mediante recolección de información etnográfica es evidente la debilidad por parte de las organizaciones la comunicación digital., además, es existente la falta de estructuración en los paquetes turísticos incluida la oferta complementaria; en la conclusión, es importante identificar las potencialidades en la difusión turística, siendo la comunicación un elemento esencial que ayudará al incremento del turismo como actividad de crecimiento progresivo que impacta en el ámbito cultural, social y económico de un país.

Según la investigación realizada por **Zhingri et al., (2020)** en la revista Kalpana, con el tema: Análisis de la Potencialidad Turística de las parroquias Uzhcurrumi y Casacay del cantón Pasaje, El Oro; plantea determinar el potencial turístico de la zona de estudio, incluye que es necesario identificar los atractivos que presentan mayor capacidad para enmarcarlos dentro de una modalidad turística; en la metodología se

basó en la descriptiva, con un enfoque de observación directa, emplea una herramienta de campo. Obtiene dos criterios de evaluación; el primero, el estado de conservación e integración sitio/entorno y el segundo higiene y seguridad turística (la eficacia de atención, oferta recreativa, la excelencia en el ámbito hotelero y gastronómico); la mayor potencialidad de la zona está en la conservación de los atractivos turísticos, que han alcanzado su posicionamiento como el principal sector económicos a nivel nacional e internacional; la metodología corresponde a una revisión bibliográfica, con un levantamiento de información primaria a través de encuestas, como resultado identificó que el aumento de negocios informales sin control ha incrementado la destrucción del entorno natural, además la carencia en la promoción del turismo ha limitado la comercialización de servicios integrados en los portales turísticos.

Según **Noboa (2019)** en la investigación que realiza en la Universidad Nacional de Chimborazo, con el tema: Planificación y Desarrollo Turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar, plantea como objetivo establecer la influencia de la planificación en el desarrollo turístico del cantón Caluma; la metodología es de revisión bibliográfica, con un levantamiento de información primaria mediante encuestas, como resultado se identificó que el Municipio de Caluma está descentralizado en materia de turismo y cuenta con funciones definidas por el Consejo Nacional de Competencias; en la conclusión se determina que existe un limitado cumplimiento en los términos de planificación, control de los establecimientos del catastro turístico, entre otros; por lo tanto, deduce que el aporte en la investigación es analizar el desarrollo turístico del lugar mediante encuestas, así, se obtendrá los datos que ayudarán a visualizar los problemas en turismo que tiene el lugar.

Según **Flores (2020)** en el estudio efectuado en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera, con el tema: Levantamiento de información técnica de los recursos naturaleza de la Zona El Chivo en la Reserva Geobotánica Pululahua ubicada en las Parroquias San Antonio de Pichincha y Calacali, cantón Quito, provincia de Pichincha, propone crear proyectos que mejoren el turismo para cubrir las expectativas de los visitantes; en la metodología se empleó la información técnica, con ayuda de fichas de MINTUR Y Fichas del SNAP, se identificaron 18 especies de flora silvestre y 4 especies de fauna; además propuso realizar la estructura del centro de interpretación a

base de material reciclado; en la conclusión se menciona la reserva despierta la atención de los turistas al ser una edificación innovadora, por lo tanto, el aporte en la investigación es la obtención de información técnica de los recursos naturales que tiene el lugar, a la vez contribuye con la preservación de los recursos naturales.

Según el estudio realizado por **Lipa (2017)** en la Universidad Nacional de Altiplano Puno con el tema: Recursos naturales potenciales para el desarrollo de turismo ecológico en las unidades territoriales del distrito de Putina, corredor ecológico Bahuaja Sonene - Puno, plantea evaluar los recursos naturales para determinar la ponderación e Índice de Potencialidad Turística Natural, en 2015 al 2017 con la finalidad de desarrollar del turismo ecológico en unidades territoriales; la metodología incluye el enfoque mixto de lógica inductiva, de tipo exploratorio, descriptivo y correlacional; efectúa una exploración de geoformas, asociaciones vegetales y elementos naturales, considera la accesibilidad y equipamiento. Los resultados evidenciaron (12 tipos) de geoformas, nueve asociaciones vegetales y (05 tipos) de componentes distintivos; sin embargo, no ha logrado ubicarse en al desarrollo socioambiental, por esta razón, existe la probabilidad que el conocimiento de las potencialidades naturales y la evaluación de dichos recursos contribuya en su conservación y el futuro desarrollo sostenible.

1.2. Fundamentación Teórica Científica

Turismo

Según la **Organización Mundial del Turismo (2019)** el turismo se define como un conjunto de actividades de ocio, deportivas, vacacionales, de entretenimiento o empresariales que permiten a las personas visitar espacios naturales alejados de sus lugares habituales de residencia, menciona que los turistas realizan excursiones por un período no mayor a un año y no menor a 24 horas; cuanto más viaja mayores son las posibilidades de visitar espacios con menor interferencia, pudiendo desarrollar actividades recreativas.

En este contexto, el turismo permanece en una dinámica expansiva, que ha incrementado con el proceso de globalización, aspecto que incrementa los sistemas de transporte y comunicaciones, así, impulsa los desplazamientos masivos junto con la demanda hacia los recursos naturales y culturales, por esta razón, la conservación del medio ambiente natural y cultural toma relevancia en los controles medio ambientales con sustento en los principios flexibilización de la productividad, sostenibilidad y personalización del consumo; así, los investigadores **Orgaz y Moral (2016)** afirman que contribuye a mejorar las condiciones de vida de la población, logando satisfacer las necesidades de los turistas con un patrón de consumo que requiere custodia del medio ambiente, personalización, flexibilidad, y calidad en el servicio, constituyéndose en una oportunidad para la sustentabilidad, la competitividad, el valor de la actividad y segmentación del mercado.

Turista

Para **Andrade (2021)** un turista es la persona que se traslada de su lugar de residencia habitual a un lugar distinto para practicar actividades recreativas y descanso, especialmente en parajes naturales alejados de las zonas habituales, aquí decide detenerse las 24 horas, tradicionalmente, viajan a diversos países del mundo para profundizar sus conocimientos culturales, descubrir nuevos espacios naturales, y así complementar las actividades turísticas con experiencias únicas.

Ante lo expuesto **Villa (2019)** afirma que el avance de la tecnología y sus sistemas de información ha incluido en las exigencias del turista en referencia a los servicios y al cuidado del medio ambiente y el entorno, por esta razón las empresas turísticas innovan de forma continua, para alcanzar su sostenibilidad orientada hacia el crecimiento y desarrollo económico, por tanto, el turista es la persona que para aumentar su conocimiento cultural tiene contacto con los recursos naturales fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, o salud no practica ninguna acción lucrativa ni gratificada, de esta forma, el turismo es un componente concluyente en el progreso económico, y un productor de divisas.

El turismo en el modelo oportuno sostenible

El turismo sostenible, incluye el desarrollo de actividades de entretenimiento responsable, en la actualidad los ejes del turismo sostenible, garantizan la responsabilidad ambiental y social de los atractivos naturales que brindan la oportunidad a los turistas de visitarlos; para **Vargas (2020)** el turismo tiene plenamente en cuenta los impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros, siendo un sector económicos de mayor fortaleza del mercado, así, los principios de sostenibilidad cumplen un rol trascendental para mantener un equilibrio adecuado con el medio ambiente. El uso óptimo de los recursos naturales es esencial en el desarrollo del turismo, la finalidad es preservar los recursos naturales y la diversidad ecológica, así como respetar la autenticidad social y cultural de la comunidad para preservar las raíces culturales.

Retos Estructurales, Plan Nacional de Turismo 2030

Sin duda, la realización de un conjunto de acciones, reforzadas con la participación de organismos públicos y privados, es un aporte primordial para dominar el marco del modelo de desarrollo sustentable, el respeto por el medio ambiente y preocupación por los recursos naturales en todo el país y el territorio, acompañado de un amplio apoyo potencial (**Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019**). Es trascendental mencionar que la biodiversidad de ecosistemas es un atractivo turístico para los amantes de la naturaleza, mientras la diversidad de especies vegetales y animales presentes en cada región permiten la creación de modelos de turismo sostenible; de esta manera, el sector turístico genera mayores beneficios a la comunidad ecuatoriana.

Los ejes estratégicos de la competitividad del turismo

En cuanto al Ecuador, El Plan Nacional de Turismo de 2020 a 2030, es propiedad de la región como un destino turístico integral y sostenible; El **Ministerio de Turismo del Ecuador (2019)** sostiene que el destino del Ecuador se basa en cinco ejes estratégicos, factores básicos para completar y vincular las actividades turísticas con un enfoque integral que estimula y controla el desarrollo del turismo sostenible; el

primer eje se llama destino y calidad, busca una forma de garantizar la calidad en la interacción de los servicios turísticos, para responder a las expectativas de los turistas y crear experiencias con respecto a la participación de la naturaleza y los grupos con diferentes sociedades, viven en varios campos de Ecuador.

El segundo eje, llamado Contact, mejora el contacto integrado con los destinos, facilita el acceso a diferentes esquinas naturales de Ecuador, nuevas formas de crear cosas para la experiencia de los turistas; la tecnología también es un factor que enriquece y facilita su experiencia, permite una conversión continua a un modelo de destino sostenible (**Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019**). La promoción y marketing beneficia en la automatización de las operaciones de información, el control de la información y mejoramiento del turismo, cabe mencionar que los servicios combinan los espacios virtuales del destino, donde los turistas pueden participar, interactuar y conocer el destino real.

En el mismo contexto, El **Ministerio de Turismo del Ecuador (2019)** menciona que la actividad turística es un sector social económico, siendo la tercera fuente de ingresos no petroleros, después del banano y el camarón, componente relevante para la economía ecuatoriana. Al respecto las empresas trabajan en el diseño de acciones estratégicas que fortalecen el turismo en el territorio nacional, herramienta que proponen mejorar la coordinación del desarrollo de políticas, procedimientos, presentaciones, planes, productos y actividades integrales para impulsar un turismo competitivo, razonable, asequible e inclusivo, alineado a un proceso participativo, que engloba la protección al usuario de servicios turísticos, los productos de calidad, la conectividad, el emprendimiento el mercado, la difusión y promoción.

Medios de difusión aplicados en el turismo

En la misma línea, **Navarro, Imaguer, Velazco, Hernández (2020)** como medio de difusión, las pancartas son consideradas una de las mejores formas para promover la industria del turismo, mejorar la calidad de los productos y potenciar la imagen del destino, desde esta visión, la señalización es la base para un destino organizado que beneficia en el cuidado, la satisfacción y seguridad de los visitantes. Cabe mencionar

que el turismo potencia y mejora la difusión mediante una comunicación efectiva para los visitantes nacionales y extranjeros.

Propaganda escrita (letrero) turístico, promueve la industria del turismo y optimizar las actividades productivas de las personas; en este contexto, los rótulos turísticos promueven las actividades y servicios en el Ecuador, representando una tendencia de crecimiento que conlleva al mejoramiento de la calidad de los productos; recurso de comunicación que alcanza el protagonismo en las campañas publicitarias que proponen potenciar el marketing, competitividad, posicionamiento, rentabilidad, expansión del turismo.

En concordancia con lo expuesto, la señalización turística es la base para formar un destino organizado, cuidando la satisfacción y seguridad de los visitantes, contribuye a la motivación, información, orientación, prevención y seguridad de los visitantes a nivel público, privado, local y regional; además, facilita el acceso a los servicios solicitados por los individuos en un entorno determinado, así, aporta en la identidad y diferenciación, lo que refuerza la imagen pública (**Larrea, 2021**).

Los métodos de atención al visitante involucrados en la gestión de la calidad de los servicios prestados a los clientes al interactuar con diversas actividades y servicios turísticos incluye la venta de productos, facilita la interacción de los turistas con los residentes locales logrando la interconexión entre la oferta y la demanda; al respecto responde a las necesidades de quienes deciden visitar el lugar, preparando productos para la venta y satisfaciendo sus necesidades (**Velastegui, 2020**).

El turismo de servicios es un conjunto de actividades conectadas entre sí de manera armónica y coordinada para satisfacer la demanda de servicio debido al desarrollo social y económico en cualquier actividad. Esto va de la mano con la participación social y las interacciones humanas como el alojamiento y la comodidad, factores clave en el movimiento de turistas; los servicios turísticos incluyen todas las tecnologías utilizadas en la transferencia y venta de bienes de forma directa del productor al consumidor (**Ramírez y Valencia, 2018**).

Difusión turística

La difusión es la acción y efecto de difundir, propagar, divulgar; el termino hace referencia a la comunicación extendida de un mensaje en específico; además, es el instrumento mediante el cual se diseña estrategias, mecanismos, y propagación a nivel local, nacional e internacional de los atractivos turísticos que posee cada país **(Sotomayor Granda, 2019)**, los turistas sienten la necesidad de buscar información referente a diversos lugares en especial aquellos relacionados con la naturaleza, la difusión es una oportunidad para ofrecer los potenciales turísticos e impulsar al trabajo comunal o cooperativo para la atención de calidad a sus visitantes.

La difusión turística está relacionada con la promoción del turismo tiene como finalidad dar a conocer un lugar, acción que puede ser efectuada mediante el marketing digital que contribuye en la difusión de información turística, de productos y servicios, incluye un análisis del lugar, propone objetivos (a corto, mediano y largo plazo) orientados hacia la importancia de los atractivos turísticos (naturales y culturales) enmarcada en eventos de aspecto cultural y patrimonial; actualmente con la llegada del internet ha promovido el uso de diferentes estrategias para la conservación de los recursos naturales, la preservación del patrimonio cultural, prioriza la comunicación, potencia las actividades de avance económico y social como el turismo mediante el reconocimiento y visualización de los pueblos (sectores productivos, sociales y culturales) presentes en las dinámicas comunitarias **(Cárdenas y Nieto, 2018)**.

Desde tiempos remotos, la difusión del turismo incluye el conocimiento de las actividades ancestrales que han contribuido a la historia y cultura de los países, que en ocasiones por sus raíces son consideradas civilizaciones ancestrales, por las tradiciones, capacidades, para pescar, tallado en piedra, artesanías, sus alrededores, los atractivos (museos, miradores, iglesias, cerros, cordilleras, viviendas arcaicas; incluye también, conocimientos, ideologías, habilidades, valores, costumbres, hábitos, factores que influyen en el desarrollo del turismo en un ambiente dinámico, e integrador transmitido como parte del patrimonio, e identidad, lo que beneficia en el progreso y adelanto de las comunidades, pueblos y sociedades **(Travé y Milano, 2019)**.

Como menciona **Pontes (2020)** la implementación de modelos de difusión, están asociados al turismo, servicio y mercado en el proceso de marketing se constituye en un factor central en la promoción que busca identificar los procesos espaciales urbanos, rurales y naturales resultantes del esparcimiento del turismo con sustento en la producción y el trabajo, al respecto, el turismo beneficia en los tiempos dedicados al ocio, la diversión y descanso; en cuanto al progreso fortalece en las áreas de salud y educación; por otro lado, la actividad turística se consolida en los lugares naturales de mayor visita, los monumentos, las esculturas (modernas y contemporáneas existentes), aspectos que aportan en el alcance de las condiciones favorables de expansión y rentabilidad.

En la misma línea **Ullauri et al., (2018)** manifiestan que la difusión Turística es una herramienta diseñada cada año, contiene estrategias, actividades de promoción y difusión que están orientadas a dar información relacionada con determinados lugares, paisajes, servicios, atractivos, a los mercados local, nacional e internacional, ubicados en diferentes sectores mediante la utilización de medios de comunicación (prensa, radio, televisión, internet, redes sociales entre otros; la difusión integra a la publicidad, las promociones de venta, las relaciones públicas, y otros componentes que identifican a la comunidad (valores culturales de la comunidad, nuevas prácticas sociales, identidad, vestido, su expresión, sus hábitos y tradiciones.

Frente a lo expuesto **Conde (2020)** afirma que las nuevas tecnologías impactan en el ámbito Turístico, porque permite dar a conocer un territorio, oferta la cultura, fomentan la educación patrimonial modificando la percepción de los usuarios; en concreto la realidad aumentada, los videos son herramientas que influyen en el conocimiento que adquiere el usuario en referencia al patrimonio de determinadas localidades, aspecto que contribuye en la valorización del patrimonio de la localidad, la interacción social, la difusión por las redes sociales o por email; al respecto, los contenidos se centran en la transmisión de información y la interactividad para beneficiar el engagement.

Finalmente, **Bernad, (2020)** menciona que la dimensión turística es un factor trascendental en el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, conlleva al

mejoramiento económico, al canalizar la inversión para producir un esparcimiento al mercado de empleos; desde una perspectiva diversificada la difusión de la información de los atractivos activa la atención de turistas nacionales y extranjeros, incrementa el crecimiento económico poblacional.

Oferta turística

La oferta turística se define como un conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico, social y cultural, destinados a posibilitar, facilitar y fomentar el uso de los atractivos turísticos a través de este sitio que el proveedor o vendedor quiere y puede vender. Debido a la diversidad de atractivos, productos y servicios turísticos en un determinado lugar, es necesario implementar programas de difusión turística dirigidos a los potenciales visitantes de dicho lugar, los cuales deben incluir: Existe un mecanismo de asignación y estructura de precios para atraer turistas a visitar (Ylatoma, 2018).

Producto turístico

Según Yaucán (2018) un producto turístico puede ser beneficioso combinar elementos tangibles e intangibles, como recursos naturales, culturales y humanos, así como atracciones turísticas, instalaciones, servicios y actividades en torno a un elemento específico, capturando la esencia del plan de marketing de un destino y creando un viaje emocional. Cabe mencionar que los productos turísticos se comercializan a través de canales de distribución, que también fijan precios y tienen un ciclo de vida.

Características del producto turístico

Los productos y servicios de la industria turística tienen características que deben ser consideradas a la hora de comercializarlos entre ellas son frecuentes las siguientes: los servicios turísticos son intangibles, experiencias de viaje intransferibles, el servicio no se puede revisar, por lo que corre el riesgo de encontrarse con clientes insatisfechos. El Servicio genera derechos de uso sin transferir la propiedad.

Medios turísticos

El turismo con el paso del tiempo se constituye en una de las actividades que genera cambios en la sociedad, influyen los aspectos demográficos la salud, el trabajo, en tal razón, la diversión el turista está conectada a diferentes servicios, viajes, paseos, actividades, costos de reserva, siendo las herramientas digitales un medio de comunicación audiovisual donde el usuario adquiere información sistemática y educativa para intercambiar ideas, optimizar tiempo y recursos.

Ante esta situación, la tecnología y el uso de las TIC's fortalecen los conocimientos en referencia a las necesidades de los individuos, de esta forma la comunicación influye en las áreas psicológicas y sociológicas al fortalecer las interrelaciones con el entorno inmediato reduciendo tiempo y distancia. Para **Miranda, (2017)**, entre los medios turísticos actuales de mayor trascendencia menciona los siguientes:

El Internet es una red de redes de millones de ordenadores utilizada mundialmente, suministra un foro de comunicación en el cual participan diversidad de personas, aporta al turismo y otras actividades con la difusión, el acceso a documentos y a la información, mediante el correo electrónico, listas de distribución, videoconferencia, chats...) promociona los sitios, emplea fotografías, videos, promociones, que incrementan la demanda turística.

Las redes sociales son un servicio que admite la construcción de un perfil público o semipúblico en un régimen delimitado, que beneficia en la conexión; dentro del sistema, medio tecnológico favorece en la interacción, mejora las relaciones interpersonales, mediante imágenes, videos, promoción de lugares, en un sistema es abierto y dinámico.

En las conexiones a nivel mundial sobresale: Facebook, Twitter o LinkedIn admite que el usuario modifique su contenido, gustos y preferencias de una forma personal, en el área turística las empresas se enfocan en una administración responsable sobre todo en la identificación y satisfacción de las necesidades de los turistas, emplean métodos y

estrategias para dar a conocer los sectores turísticos, hoteles, restaurantes y sitios de entretenimiento, consideran el segmento de mercado.

Cabe mencionar que el acceso a la información divulgada en estaciones de radio y televisión las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial consolidan la identidad e imagen turística del Ecuador en el contorno nacional e internacional; en el mismo contexto **Miranda (2017)** menciona que el Ministerio de Turismo gestiona la promoción turística mediante canales convencionales: ferias, talleres, viajes de familiarización, viajes de periodistas, congresos, exposiciones, entre otros no convencionales como servicios de información turística, internet y material promocional, etc. (**Jácome Salvador, 2017**).

Importancia de la difusión turística en medios tradicionales

Para una empresa del siglo pasado, siglo XX, el término comunicar hacía referencia a la definición de objetivos, elaboración de técnicas y estrategias, elaborar mensajes y difundirlos principalmente a través de los medios de comunicación o publicidad tradicional, según **Navarro et al., (2020)** la finalidad era alcanzar el impacto en el público objetivo, por tal razón el uso de carteles, vallas, anuncios, televisión, radio, patrocinio, etc. Se constituían en medios publicitarios directos.

Cabe mencionar que las publicidades efectuadas a través de medios tradicionales tuvieron su trascendencia en el turismo, los afiches y otros elementos promocionales han permitido establecer lineamientos para potenciar el turismo local; **Camprubí y Coromina (2016)** los folletos, se constituyen en una fuente de información turística incluyen contenido visual, representan la descripción de los sectores turísticos mediante imágenes, incluye además, la cultura vida de las comunidades (artesanías, instrumentales productivos, etc.), la cultura social de los pueblos (juegos, celebraciones, formas de vida, deportes, cocina, melodía, baile, exposiciones, etc.), la cultura espiritual (prácticas, leyenda oral, conmemoraciones, festividades, discernimiento tradicional, cosmología).

Recursos naturales

Según **Sánchez (2019)** actualmente, las personas utilizan los recursos naturales para necesidades de autoabastecimiento como alimentación, salud, economía y recreación; estos se han convertido en fuente de vida y desarrollo para la comunidad que vive, cuando una persona utiliza estos recursos, no solo obtiene beneficios personales, sino que también ayuda a la comunidad a desarrollar un mejor turismo local.

Todas las actividades de aprovechamiento de los recursos naturales deben seguir los tres ejes de la sustentabilidad: ambiental, social y económico, manteniendo así un comportamiento respetuoso con el medio ambiente y que no afecte el uso de los mismos recursos para las generaciones futuras (**Ávila, 2018**). Está claro que los recursos naturales pueden considerarse una fuente importante de ingresos para las personas, pero la comprensión de los recursos naturales por parte de las personas aún es mínima, lo que conduce a una baja valoración, mala gestión y uso, lo que genera un impacto negativo en el medio ambiente. y desarrollo de sitios web.

El turismo contiene las actividades realizadas por las personas durante su viaje y residencia en lugares distintos de su entorno habitual, por un período continuo inferior a un año con fines de ocio, trabajo y otros; es una de las actividades más importantes del mundo y está desempeñando un papel cada vez más importante en el comercio internacional, ocupa un lugar importante para mejorar la calidad de vida de las personas (**Olmos Soto, 2019**); por esta razón impulsa campañas de promoción turística no solo a nivel local sino también internacional, con el objetivo de promocionar a los ricos en recursos naturales al resto del mundo (naciones sociales, culturales, religiosas y de biodiversidad), creando así una perspectiva nueva para nuevos proyectos turísticos, encontrando inversores para revitalizar el sector tan importante para la economía del país.

Actualmente, según **Santamaría (2019)** el uso de los recursos naturales trae beneficios económicos a la sociedad, pero crea una asociación con un aspecto negativo, provocando impactos ambientales negativos en la sociedad, con la naturaleza, este es un factor importante que se debe tener en cuenta. por las entidades creadas para realizar

análisis sociales, económicos y ambientales, para poder utilizar y evaluar bien los recursos sin que los proporcione la naturaleza.

Recursos naturales en el turismo

El turismo es uno de los sectores que utiliza los recursos naturales con fines económicos y sociales, entre las opciones destacadas para esta actividad se encuentran sectores relacionados con los recursos naturales como el ecoturismo y el turismo de naturaleza, que buscan aprovechar los espacios que permitan el desarrollo de los recursos naturales y actividades recreativas asociadas a la naturaleza, en estos sectores, los recursos naturales son vistos como una importante materia prima que se convierte en productos de consumo para los turistas.

Importancia del uso de recursos naturales

Para **Sánchez et al., (2019)**, la importancia de la presencia de los recursos naturales en un territorio representa un crecimiento económico con ventajas sociales, con desventajas ambientales, pero vinculándolos entre sí, puede encontrar una respuesta positiva para lograr resultados sostenibles, respetando el medio ambiente. La evaluación de estos recursos debe ser muy responsable, para no afectar el medio ambiente en las futuras generaciones, y la gestión para asegurar que estos recursos se mantengan en buen estado. En particular se fija con el espacio y prioriza el flujo de personas con fines turísticos y de ocio.

El uso de los recursos naturales, especialmente como atracciones turísticas requiere efectivamente ciertos factores institucionales para controlar las condiciones, así, la apropiación de la naturaleza en una sociedad receptora de turismo. Puede entenderse como turismo de naturaleza que son viajes organizados por personas con el propósito de realizar actividades recreativas en contacto, tal como su nombre lo indica, con la naturaleza. con comunidades o expresiones culturales agregadas en su entorno.

Medio ambiente

Desarrollo de la vida, que incluye los seres vivos, el agua, el aire, el suelo y las relaciones que se dan entre cada uno de ellos, incluyen también los factores intangibles como la cultura; por lo tanto, es importante tomar conciencia de la importancia de cuidar y preservar el medio ambiente de todos sus componentes **Bárcena (2019)**.

Ecosistema

Es el conjunto dinámico de comunidades de organismos vivos (plantas, animales, microorganismos) y sus ambientes no vivos (químicos y físicos) que interactúan como una unidad funcional y comparten tiempo, espacio y espacio. La supervivencia de las especies y la salud de los ecosistemas dependen de estas relaciones interconectadas. Mantener un ecosistema implica mantener sus condiciones físicas, tales como disponibilidad de agua, temperatura, luz, salinidad **(Rodríguez y Quintanilla 2019)**.

Para **Hernández (2017)**, los ecosistemas brindan diversos servicios de abastecimiento (el agua y la pesca); equilibrio ecológico (la regulación del clima o el control); y la cultura (relacionadas con el turismo). Un ecosistema es un conjunto formado por un espacio determinado y todos los seres vivos que habitan en él. Está formado por el medio ambiente físico y los organismos que viven en él; se pueden clasificar en terrestres (bosque, pastizal o desierto) o acuática (agua dulce o salada).

La contribución de la biodiversidad a la vida humana y a los procesos productivos es numerosa; en el caso de la agricultura, la biodiversidad contribuye a mantener la estabilidad ambiental, posibilitando así ciclos globales de nutrientes, descomponiendo materia orgánica, restaurando suelos degradados o degradados, regulando plagas y polinizadores, entre otros; Por estas razones, la restauración de la biodiversidad ayuda a reducir la dependencia de insumos externos en los sistemas agrícolas y forestales, tales como nutrientes (fertilizantes), agua, formación de suelos, productos fitosanitarios (control químico de plagas y enfermedades) **(Günther y Gutiérrez, 2017)**.

Para **Agardy (2018)**, comprender el valor de los servicios de los ecosistemas es esencial

para la gestión sostenible de los recursos, por esta razón, los gobiernos, las sociedades y las empresas privadas tienen las herramientas y el conocimiento para proteger sistemáticamente el preciado capital natural que sustenta sus vidas materiales y, en última instancia, garantizar su supervivencia mediante una gestión responsable de las existencias de capital natural existentes y esfuerzos para estimular los procesos de recuperación natural y la renovación ambiental.

Bosque siempreverde montano alto en la Cordillera Oriental de los Andes

En el Ecuador esta región biogeográfica abarca la cordillera de los Andes que se extiende de norte a sur, aproximadamente sobre los 300 msnm en el noroccidente y 400 msnm en suroccidente y oriente; abarcando pisos bioclimáticos desde piemontano hasta nival a los 6310 msnm, cumbre del volcán Chimborazo. Aquí, los Andes forman dos cadenas montañosas paralelas, la Cordillera Oriental y Occidental, separadas por menos de 200 kilómetros. Según **Galeas (2012)** entre los dos afluentes, varios volcanes y montañas conectan dos cadenas montañosas, definen valles interandinos y también forman barreras de dispersión para ciertas especies.

Según **La Secretaría de Patrimonio Natural (2013)** la cordillera de los Andes en general tiene un bioclima pluvial, fenológicamente la vegetación es siempreverde a excepción de las zonas bajas de los valles que son siempreverde estacionales y semidecíduos.

A partir de la depresión de Paute-Girón la cordillera de los Andes disminuye en altitud y es geológicamente antigua, las rocas ígneas se formaron en la región durante el Cretácico, en particular lavas submarinas alternadas con sedimentos marinos; los modelos de diversidad vegetal muestran valores altos de diversidad beta y gama, en contraste con los bosques de la Selva Amazónica.

Como menciona **Jaramillo et al., (2018)** esta región posee en total 45 ecosistemas de los cuales 41 están distribuidos en seis sectores; además existen cuatro ecosistemas que se encuentran distribuidos en varios de los sectores biogeográficos.

Clasificadores diagnósticos

- Cobertura: bosque
- Bioclima: pluvial Ombrotipo (Io): húmedo a hiperhúmedo (Iod2):
Termotipo (It): supratropical inferior
- Variación altitudinal: 3000-3400 msnm
- Relieve general: De montaña, Macrorelieve: montaña y serranía, Mesorelieve: relieve montañoso Inundabilidad general: no aplica, Tipo de agua: no aplica
- Biogeografía: región Andes, Provincia Andes del Norte, Sector sur de la cordillera oriental de los Andes
- Fenología: siempreverde

Para **Secretaría de Patrimonio Natural (2013)**, son bosques siempreverdes bajos a medios, esclerófilos a subesclerófilos y lauroides, generalmente densos y con dos estratos leñosos, abundantes epífitas y musgos. Está presente como fragmentos o parches relegados a las quebradas o en laderas montañosas con topografía accidentada, con pendientes de empinado a escarpado, según la clasificación geomorfológica de Demek, 1972, se encuentran sobre rocas metamórficas indiferenciadas y poseen suelos de taxonomía de orden inceptisol, de textura franco arcilloso, franco arcillo limoso con un drenaje moderado y pequeños parches de suelos franco (mal drenado).

Se clasifica en la Formación vegetal, ecosistema se ubica al sector norte y centro de la cordillera oriental, subregión norte y centro. Los Bosques altimontanos norte-andinos siempreverdes; el Bioclima: pluvial, Ombrotipo (Io): húmedo, hiperhúmedo.

Los bosques siempreverdes bajos a medios, con un dosel de 10 a 15 m de alto, se caracterizan por tener troncos gruesos en ocasiones torcidos y con raíces adventicias. En el sotobosque se encuentran especies de helechos herbáceos y arbóreos principalmente de los géneros *Dicksonia* y *Cyathea*, en el estrato medio se observa gran cantidad de arbustos de los géneros.

Arbustal siempreverde montano del norte de los Andes

Arbustal siempreverde montano del norte de los Andes Clasificación Formación vegetal

/ Ecosistema de acuerdo a **Valencia et al. (1999)** Matorral húmedo montano, sector norte y centro de los valles interandinos, subregión norte y centro para **Josse et al. (2003)** CES409.095 Arbustal Montano de los Andes del Norte.

Factores diagnósticos:

- Fisonomía: arbustiva y herbácea
- Bioclima: pluviestacional, Ombrotipo (Io): húmedo
- Biogeografía: Región: Andes, Provincia: Andes del Norte
- Fenología: siempreverde
- Piso bioclimático: Montano (2000-3100 msnm), Termotipos (It): mesotropical
- Geoforma: Relieve general: De montaña, Macrorelieve: Cordillera, Valle Glaciar, Mesorelieve: Relieve
- Montañoso, Terrazas, Llanura subglaciar
- Inundabilidad general: Régimen de Inundación: no inundable

1.3. Objetivos Objetivo General

Analizar la difusión turística y los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno, cantón Píllaro, provincia de Tungurahua.

Se aplicaron dos cuestionarios a los turistas que visitan los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno, cantón Píllaro, con los resultados obtenidos y aplicando el respectivo análisis estadístico se logró identificar la importancia de la difusión turística en los recursos naturales desde la visión turística.

Objetivos Específicos

Identificar los medios de difusión turística, para mejorar el turismo en la parroquia Baquerizo Moreno.

Para identificar los medios de difusión turística en la parroquia Baquerizo Moreno se aplica la encuesta, como instrumento incluye un cuestionario que engloba 10

interrogantes enfocada en la identificación de los medios de difusión adecuados para fortalecer el conocimiento turístico en la parroquia Baquerizo Moreno, perteneciente al cantón Píllaro de la provincia de Tungurahua.

El uso de herramientas digitales es compatible con los portales web; así, a través de estrategias de redes sociales, las ciudades que mejoran las propuestas de turismo a nivel nacional e internacional; en Ecuador la difusión turística es una herramienta viable, que mediante canales de información como: redes sociales o páginas web, ayuda al descubrimiento de nuevos atractivos y lugares turísticos.

Determinar los recursos naturales que posee la parroquia Baquerizo Moreno.

Para determinar los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno se elabora una encuesta que abarca diez interrogantes relacionadas con la segunda variable del estudio; al respecto es trascendental exponer que el sector objeto de estudio en el área turística se encuentra rodeada del Bosque Andino, entre ríos y quebradas es declarado como ACUS (Área de conservación y uso sustentable) QUINUALES, su compromiso es proteger y conservar la biodiversidad.

Desarrollar la estrategia de publicidad dirigida a la difusión turística de los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno.

Para desarrollar la estrategia de publicidad, se toma como base la información obtenida mediante los Fichas de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo aplicados a los turistas que visitan los atractivos en la parroquia, teniendo como opción la elaboración de un video que contribuye en la visualización de los atractivos naturales del sector, componente que permitirá realizar una difusión turística adecuada mediante medios de comunicación para incrementar el turismo en el lugar, y contribuir con el desarrollo económico a los habitantes del sector.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1. Materiales

Recursos y Materiales

Esta sección proporciona una breve descripción de los materiales, métodos y técnicas aplicadas en este estudio, los aspectos relevantes se explican a continuación:

Tabla 1.

Recursos y materiales

Recursos	Descripción
Humanos	<ul style="list-style-type: none">• Tutor De Tesis: Lic. Mario Romo• Autor/ Tutorizado: Christian Torres Lozada• Guía Turístico: Lic. Rigo Callejas• Autoridades: Gad. Baquerizo Moreno Sr. Diego Soria
Estatales	<ul style="list-style-type: none">• Gad. Baquerizo Moreno• Universidad Técnica De Ambato
Materiales	<ul style="list-style-type: none">• Impresora• Computadora• Internet• Material de oficina• Transporte

Elaborado por: Torres Lozada Christian Patricio (2022)

Tabla 2.

Recursos Económicos

Material	Costo
Computadora	\$ 500
Internet	\$ 100
Impresora	\$ 100
Material de oficina	\$ 50
Transporte	\$ 60
Total	810

Elaborado por: Torres Lozada Christian Patricio (2022)

2.2 Enfoques de investigación

El enfoque aplicado en el estudio es el mixto, es cuantitativo porque se utiliza la estadística para identificar los medios de difusión turística, para mejorar el turismo en la parroquia Baquerizo Moreno. Es cualitativo porque a través de conocimientos teóricos se determina los recursos naturales que posee la parroquia Baquerizo Moreno.

Enfoque mixto

Según **Hernández et al. (2014)** el enfoque mixto es un proceso sistemático, empírico y crítico producto de la corriente positivista, prevalece la medición, el análisis de las relaciones causales entre las variables, la recolección de información junto con el análisis de los datos cuantitativos y cualitativos permiten efectuar inferencias para alcanzar el entendimiento, la comprensión y el conocimiento a través de la realidad objeto de estudio.

Se considera cuantitativo porque se utiliza la recolección y el análisis de datos para dar respuesta a preguntas de investigación y probar la hipótesis determinada previamente a través de una medición numérica, el conteo y el uso de estadística que permiten establecer patrones de comportamiento en una población; mientras en el cualitativo permite conocer el nivel de la realidad asociándose a factores objetivos internos donde

los individuos son concebidos como actores que interpretan e internalizan en el proceso de socialización.

El estudio con el tema la difusión turística y los recursos naturales es cuantitativo porque busca la representación de cantidades a través del conteo, la estadística, la utilización de números y porcentajes obtenidos en la parroquia Baquerizo Moreno, con base en acontecimientos reales desde una perspectiva objetiva; así con pensamiento deductivo establece relaciones entre las variables utilizando la exploración, descripción y correlación.

A través del enfoque cualitativo, se busca las cualidades de la población objeto de estudio, su análisis se sustenta en conocimientos teóricos, sobresale el uso de la palabra, la expresión de sentimientos y opiniones; desde la perspectiva subjetiva favoreció en el descubrimiento, la comprensión de conocimiento e interpretación y evaluación; con un pensamiento inductivo establece relaciones con las conductas y la forma de pensar de los turistas teniendo como fin buscar y explicar la realidad desde la dimensión turística que incluye la difusión y los recursos naturales.

2.3 Método

Método deductivo

Según el método deductivo, el investigador plantea su problema mediante la definición de sus objetivos utiliza para verificar el fenómeno observado con los datos repetibles y generalizables que admiten la determinación de las características de una realidad particular, obteniendo las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas (**Rasinger, 2020**). En la investigación con la temática difusión turística y recursos naturales a través del método deductivo, usando la lógica permitió obtener resultados determinados desde las características de una realidad general a un aspecto particular.

Método inductivo

Como manifiesta **Pirela (2017)** mediante este método se observa, estudia y conoce las características genéricas o comunes reflejadas en un conjunto de realidades para elaborar una propuesta de índole general; plantea un razonamiento ascendente que fluye de lo particular o individual hasta lo general. Es aplicada en la investigación relacionada con la difusión turística y los recursos naturales al beneficiar en el razonamiento, la lógica y reflexión componentes encaminados hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos en la realidad estudiada.

El diseño de la investigación transversal, es aplicado para obtener la información que posteriormente es analizada, teniendo como fin probar la veracidad de la hipótesis planeada, además, propone un horizonte global del espacio a investigar con enfoque en detalles determinados que aportarán en el descubrimiento de datos relevantes en el estudio, engloba las fuentes y organización de datos para describir las variables y profundizar en su interrelación en un momento establecido.

El tipo de diseño aplicado en el estudio difusión turística y los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno, cantón Píllaro, provincia de Tungurahua, es transversal o transeccional, se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, además, se efectúa una descripción de la variable independiente y dependiente, aspecto que facilita el análisis e interrelación de resultados en un momento determinado.

Alcance exploratorio

La investigación con alcance exploratorio, se basa en examinar un problema que ha sido poco estudiado, se requiere información, para conocer a una comunidad, un sitio, contexto, un suceso, un ambiente, una variable o un conjunto de ellas; la conceptualización prioriza el punto de vista de todos; por lo tanto, su significado es único y creativo, por esta razón, el investigador no posee una estructura obligatoria, pudiendo establecer el procedimiento que considere pertinente (**Cadena et al. 2017**).

Por lo expuesto, en la identificación de los medios de difusión turística, para mejorar el turismo y determinar los recursos naturales que posee la parroquia Baquerizo Moreno, considerando que es un tema poco conocido, se pretende efectuar una visión general y aproximada al tema en estudio, que conlleva a formular el problema.

Alcance territorial: Parroquia Baquerizo Moreno

Dimensión socio cultural

La parroquia Baquerizo Moreno cuenta con una población de 277 personas, se ubica en el cantón Pillaro, provincia de Tungurahua, el idioma oficial es: español; la parroquia cuenta con costumbres autóctonas, tiene como finalidad promover las capacidades y potencialidades de su población como una cultura esencial en el incremento ideológico a nivel local y nacional, cabe recalcar que las autoridades de Baquerizo moreno plantean fortalecer un sistema parroquial enfocado en la protección y cumplimiento de los derechos de las personas que son vulnerables en la situación actual de nuestro país.

Dimensión Económica

En el sector económico en la Parroquia Baquerizo Moreno, las autoridades se proyectan en desarrollo económico mediante diversas actividades: la agronomía y agricultura con una perspectiva enfocada en la soberanía autónoma a través del incremento de actividades ganaderas y agrícolas que aseguran la alimentación en beneficio de la población; además, buscan impulsar los atractivos turísticos naturales, en beneficio económico de los habitantes del sector.

Dimensión política institucional y participación ciudadanía

En el ámbito político institucional y participación ciudadanía, las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) en la parroquia Baquerizo Moreno y su población se encaminan hacia el fortalecimiento de una gestión eficiente que plantea

desarrollar actividades que contribuyan en el ámbito político, social, económico, turístico en los tiempos actuales y con proyección al futuro.

Dimensión físico ambiental

En esta dimensión, las autoridades del sector Baquerizo Moreno, promueven la conservación, la concienciación, y el manejo sustentable de los atractivos naturales esenciales para el desarrollo turístico, frente al progreso, su difusión se constituye en una propuesta para el desarrollo local, cantonal y provincia. Por lo expuesto, el estudio presentado propone mejorar la calidad de vida de las personas mediante la explotación de sus atractivos turísticos de forma responsable y sustentable.

Población y muestra

Población

En la investigación presentada con la temática: “La difusión turística y los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno, cantón Píllaro, en la provincia de Tungurahua, la población se conformó por 250 turistas.

Tabla 3.

Población y Muestra

Población objeto de estudio	Frecuencia	Porcentaje
Turistas	250	100%
Total	250	100%

Elaborado por: Torres Lozada Christian Patricio (2022)

Muestra

En la investigación presentada, con un universo de 250 personas, por superar a las 100 personas o visitantes se efectúa un cálculo de la muestra, muestra finita, la misma que se detalla a continuación:

Fórmula:

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{(z^2 * P * Q) + (N * e^2)}$$

Datos:

n= Tamaño de la muestra

Z= nivel de confiabilidad, 95%---- $0,95/2 = Z=1.96$

N= Población (250)

P= Probabilidad de éxito 0.5

Q= Probabilidad de fracaso 0.5

e= Error admisible 0,05 (5%)

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{(z^2 * P * Q) + (N * e^2)}$$
$$1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 250$$

$$n = \frac{(1.96^2 * 0.5 * 0.5) + (250 * 0.05^2)}{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 250}$$

$$n = \frac{(3.8146 * 0.5 * 0.5) + (250 * 0.0025)}{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 250}$$

240.1

$$n = (0.9604) + (0.0625)$$

n = 148 encuestas

Dando como resultado un tamaño de muestra de 148 personas a quienes se les aplicará la encuesta junto con la entrevista en el sitio de estudio.

Tabla 4.

Población y Muestra

Población objeto de estudio	Frecuencia	Porcentaje
Turistas	148	100%
Total	148	100%

Elaborado por: Torres Lozada Christian Patricio (2022)

Muestreo probabilístico

Siendo que la disponibilidad de información del total de las unidades de análisis es conocida como población, en varias investigaciones existe la necesidad de delimitar los grupos de estudio mediante elección de una muestra, conocida como el subconjunto del universo o una parte representativa de la población conformada por unidades muestrales (elementos objetos de estudio) el muestreo es considerado una herramienta de la investigación científica que tiene como finalidad determinar la parte de la población que se debe estudiar.

Por lo expuesto, en el estudio presentado, al incluir una población de 250 personas, es trascendental efectuar selección de la muestra mediante una selección minuciosa para generalizar los resultados con validez; al respecto, según **Espinoza (2019)** cada elemento del universo tiene una probabilidad de formar parte de la muestra, así, los métodos de muestreo probabilístico se apoyan en el principio de equiprobabilidad.

Cabe resaltar que todos los sujetos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño n pueden ser elegidas, únicamente el método de muestreo probabilísticos asegura la representatividad de la muestra extraída siendo recomendable para trabajos que incluyen en análisis de grupos pequeños de una población.

Por ejemplo, si la población incluye a 100 personas, cada una tiene la probabilidad de 1 de 100 de ser seleccionado, de esta forma el muestreo probabilístico ofrece la oportunidad de crear una muestra representativa de la población.

En el estudio la difusión turística y los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno, cantón Píllaro, se utiliza el método probabilístico porque mediante el principio de equiprobabilidad, todos los turistas que visitan el sector tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra.

Cabe mencionar que el método utiliza la teoría estadística para elegir al azar un pequeño grupo de personas (muestra) de una gran población existente y luego predecir que todas las respuestas coinciden con la población en general.

Muestreo aleatorio siempre

Siendo necesario conocer y evitar el error de muestreo, y disminuir el error de inferencia en las conclusiones generales se tomó la muestra aleatoria simple, aplicada para conocer todos los elementos que conforman la población; por esta razón, se asignó un número correlativo y luego a través de cualquier método del azar se seleccionó a cada individuo hasta completar la muestra requerida (**Hernández & Carpio, 2019**). Cabe mencionar que mediante el muestreo aleatorio siempre se determinó el tamaño de la muestra, numerando a los turistas de 1 a n.

Plan de recolección de información

En el trabajo de investigación se utiliza un plan de recolección de datos obtenidos a través de técnicas de la encuesta, ficha de inventario de atractivos turísticos otorgado por el Ministerio de Turismo diseñado para lograr los objetivos generales y específicos planteados inicialmente.

Técnicas e Instrumentos recolección de la información

Entre las técnicas utilizadas sobresale la encuesta, junto con el inventario del sector turístico; mientras en los instrumentos se ubican el cuestionario estructurado y la ficha de inventario de atractivos turísticos otorgado por el Ministerio de Turismo.

A continuación, se detallan las características de mayor relevancia:

Técnica: Encuesta

La técnica de la encuesta es un instrumento de la investigación científica que aporta en la producción y recolección de información durante el proceso de investigación, la finalidad es generar información de calidad mediante varios medios (telefónicas, por correo, internet) en su proceso incluye el diseño de la muestra, la construcción del cuestionario, la medición y la creación de índices y escalas, codificación, organización y seguimiento del trabajo de campo, preparación de los datos para el análisis, el programa de registro, el análisis, y la presentación de resultados (**López y Fachelli, 2016**).

Información producida por la encuesta

La encuesta consiste en un conjunto de mediciones sistemáticas sobre unidades que dan origen a la matriz de datos, incluye las variables, y el campo de aplicación, es el resultado de una construcción teórica que incluye una problemática construida mediante un análisis.

Por otro lado, la encuesta permite la recogida y el análisis información con un contenido o una naturaleza social (encuesta social, matriz de datos sociales), para referirse a hechos o acontecimientos, integra las opiniones y valoraciones emitidas por las personas a partir de declaraciones verbales, aspectos que subyacen a la acción de los individuos, base de su conducta.

En todo caso, la encuesta permite recoger una manifestación de la persona de lo que socialmente se espera que conteste, es una adscripción a lo que considera que debe responder.

Desde la perspectiva objetiva, el encuestado es el principal protagonista en su entorno (vida personal y social, acontecimientos pasados), caracteriza a la población en términos individuales, aunque cabe plantear cuestiones que formalicen las relaciones sociales y las redes sociales para el análisis de la interacción social.

En la investigación social, la encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida.

La recogida de los datos se realiza a través de un cuestionario, instrumento de recogida de los datos (de medición) y la forma protocolaria de realizar las preguntas (cuadro de registro) que administra a la población o una muestra extensa, siendo particular el anonimato del encuestado.

En el estudio presentado, la encuesta al ser parte del proceso de investigación, permitió una recopilación y procesamiento de datos con un enfoque principal en la identificación de los medios de difusión turística, y la determinación de los recursos naturales que posee la parroquia Baquerizo Moreno.

El objeto de estudio, se procesará en dos partes; en la primera parte se tratarán aspectos preliminares de la investigación y diseño del cuestionario, y en la segunda parte se conocerán perspectivas relacionadas con el trabajo de campo y el análisis estadístico de los datos.

Cabe mencionar que la técnica que utilizó un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación, a través de los cuales se recolectó y analizó una serie de datos a partir de una muestra representativa de casos para una población o un universo mayor, destinado a descubrir, describir, predecir y/o explicar una amplia gama de características vinculadas con las variables del estudio.

Técnica del inventario del sector turístico

El inventario de recursos turísticos es dinámico, posibilita la recogida de información para evaluar las potencialidades que posee un territorio e iniciar un proyecto de desarrollo turístico, es una técnica que garantiza la toma de decisiones. Por esta razón cumple con el proceso investigativo al identificar, localizar, situar, describir, clasificar,

valorizar, jerarquizar y proteger los recursos turísticos locales, parroquiales, provinciales o nacionales, incluyen informes en el área turística que posteriormente fortalecen la gestión, y la planificación (**Ministerio de Turismo, 2017**).

Siendo que el inventario es una técnica empleada en la planificación turística para realizar diagnósticos que aseguren la identificación de los recursos naturales disponibles de un destino, en el estudio presentado con el tema: la difusión turística y los recursos naturales, se aplica para conocer de forma objetiva los recursos turísticos que posee la parroquia Baquerizo Moreno, ubicada en el cantón Píllaro, su aplicación aporta con información real, auténtica y concreta.

Instrumento: cuestionario

El cuestionario constituye el instrumento de recogida de los datos, las interrogantes son enunciadas de forma sistemática y ordenada; las respuestas son consignadas mediante un sistema establecido de registro sencillo.

El cuestionario es un instrumento que busca recoger la información de los encuestados, parte de la formulación de las preguntas en una situación estandarizada, aspecto que asegura la comparabilidad de las respuestas.

El cuestionario es el reflejo de toda la problemática planteada en la investigación, debe traducir en constatación empírica los conceptos que están en el esquema generador de análisis.

El cuestionario es el instrumento de la técnica de la encuesta aplicada para obtener la información pertinente que permite contrastar el modelo de análisis, donde las preguntas se redactan de forma interrogativa con expresión en diversas dimensiones y los indicadores dan lugar a las variables (**López y Fachelli, 2016**).

Las respuestas corresponden a las variables, los ítems, los indicadores de los conceptos o sus dimensiones, que por lo general deben cumplir dos condiciones: exhaustivas y excluyentes.

En el estudio presentado, el cuestionario es un documento que consistió en un conjunto de preguntas que fueron redactadas de manera coherente, ordenadas, secuenciadas y organizadas de acuerdo con un plan determinado para que sus respuestas proporcionen toda la información necesaria.

Instrumento: Ficha de inventario de los atractivos turísticos

La ficha, cumple con las condiciones mínimas que debe tener un atractivo, por tanto, la información será recopilada en el propio territorio, sector o comunidades, mediante un orden jerárquico y sistematizado aporta en la generación de una base de datos alfanumérica de atractivos turísticos (**Ministerio de Turismo, 2017**).

Según el **Ministerio de Turismo (2018)** la autoridad nacional de la actividad turística propone una ficha de inventario de los atractivos turísticos para detallar las condiciones mínimas, la finalidad en el estudio es adquirir información relevante del sector con la perspectiva de promover la difusión de los atractivos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno.

Recolección de la información

Para el proceso de recolección de la información recolectada a través de las herramientas se realiza el siguiente proceso:

- Examinar cuidadosamente la información recopilada.
- Efectuar cuadros estadísticos de los datos obtenidos.
- Análisis e interpretación de resultados.
- Finalmente se utiliza el programa SPSS, donde se realiza un análisis de los resultados y de esta manera se obtienen datos importantes que permiten comprobar la hipótesis planteada.

Procesamiento y análisis de la información

Luego se procede a la clasificación de la información, presentación en forma de tabla y gráfico, análisis e interpretación, los cuales son de utilidad para la identificación de conclusiones, y recomendaciones en la parroquia Baquerizo Moreno.

Cabe señalar que los datos numéricos se recolectaron mediante la aplicación de cuestionarios aplicados a los visitantes en referencia a la variable independiente o efecto difusión turística y variable dependiente o causa recursos naturales que posee la parroquia Baquerizo Moreno; el análisis estadístico se realizó con Microsoft Excel.

Análisis de validez y fiabilidad cuantitativa

Una vez estructurada la encuesta, se efectuó la validación cuantitativa con la participación de turistas que visitan la naturaleza del sector; cabe mencionar que el estudio fue realizado con la dirección del Lcdo. Mario Giovanni Romo Rojas, Mg., docente Investigador de la Universidad Técnica de Ambato.

Una vez obtenidas las respuestas por parte de los turistas que asisten al lugar, se procedió a mejorar las preguntas considerando las sugerencias emitidas, criterios que coinciden con que el instrumento desde el punto de vista que es aplicable.

En el mismo orden de ideas, para medir la fiabilidad estadística del instrumento se empleó el estadístico Alfa de Cronbach, (resultado del coeficiente total de las aplicaciones que orienta en la delimitación y ausencia de errores en un test.

Según **Frías (2022)** el resultado obtenido una vez efectuada la encuesta mediante una muestra aleatoria simple a 15 turistas, la fiabilidad (Coeficiente alfa $> .80$ es bueno) es 0,877, probablemente una meta razonable, un criterio adecuado.

Tabla 5.

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Nota: Datos obtenidos del SPSS

Tabla 6.

Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados		
Alfa de Cronbach		N de elementos
,877	,888	9

Nota: Datos obtenidos del SPSS

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSION

3.1. Análisis e interpretación de resultados

El turismo es parte de las actividades fundamentales en la extensión de la economía de los habitantes de la parroquia Baquerizo Moreno, por esta razón el estudio efectuado se proyecta en la consolidación de turismo, cultivando el interés por los recursos naturales, su cultura, su gastronomía, entre otras actividades que son parte de la oferta turística atractiva.

Por lo expuesto, mediante la aplicación de la Ficha inventario de atractivos turísticos, se efectúa una síntesis relacionada con las cascadas: La Toma, Pugse y Cañón Bravo, consolidando que en la parroquia Baquerizo Moreno posee lugares turísticos que son de agrado para propios y extraños.

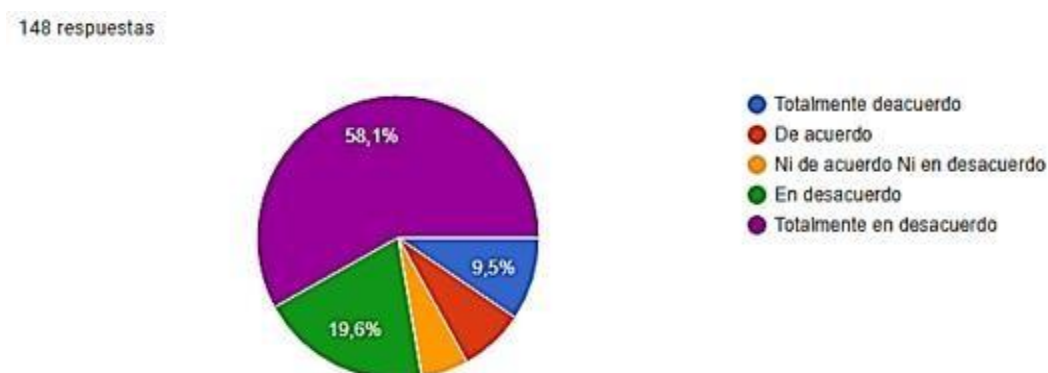
Además, siendo la participación de los turistas un elemento esencial para la realización del estudio, se efectuó la recolección de la información aplicando una encuesta a 148 visitantes, cabe mencionar que una vez finalizada la recolección de los respectivos datos se procedió a elaborar un análisis que posteriormente facilitó la interpretación y su correspondiente tabulación.

3.1.1. Análisis de los resultados obtenidos al aplicar la encuesta a los turistas

Pregunta 1. ¿Ha recibido información publicitaria sobre el Servicio de turismo del cantón Píllaro?

Gráfico 1.

Información publicitaria sobre el Servicio de turismo



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022)

Análisis e Interpretación

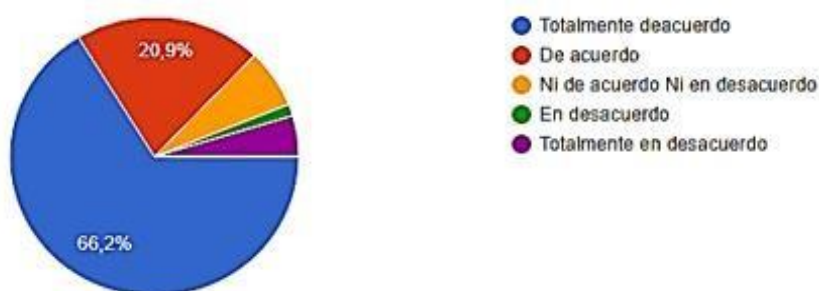
En la gráfica presentada de 148 turistas encuestados equivalente al 100%, 86 semejante al 58,1% está totalmente en desacuerdo que han recibido información publicitaria sobre el servicio de turismo del cantón Píllaro, 29 concerniente al 19,6% en desacuerdo; 14 relacionado al 9,5% están totalmente de acuerdo; 11 vinculado al 7,4% está de acuerdo; 8 conexo al 5,4% ni en desacuerdo, ni de acuerdo. Con este aporte, se evidencia que el GAD de Baquerizo Moreno no ha realizado una mejor publicidad dentro del territorio, y se requiere la colaboración de un investigador para que colaboreen el ámbito de turismo con el GAD. Es significativo resaltar que la publicidad es trascendental para visualizar un mejor turismo (Sotomayor, 2019).

Pregunta 2. ¿Cree usted que la parroquia Baquerizo cuenta con lugares turísticos para que sean visitados por los turistas?

Gráfico 2.

La parroquia Baquerizo cuenta con lugares turísticos

148 respuestas



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022)

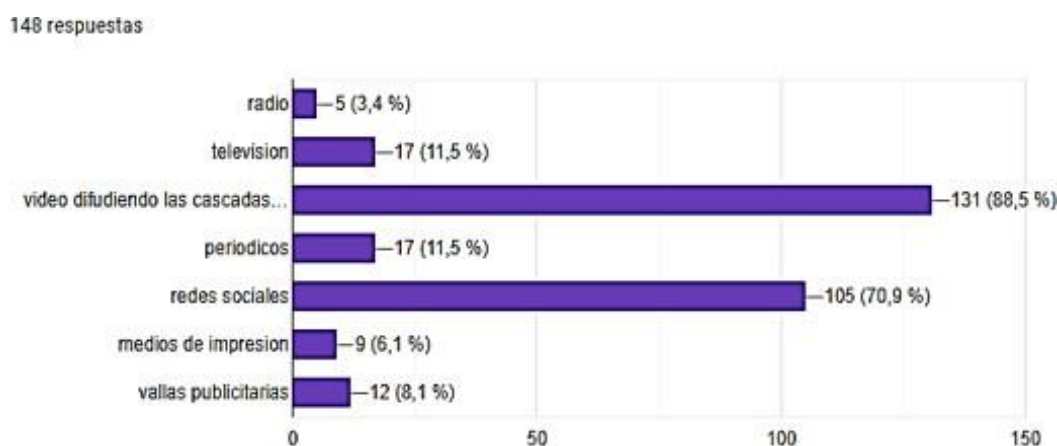
Análisis e Interpretación

En la gráfica presentada de 148 turistas encuestados equivalente al 100%, 98 relacionado al 66,2% están totalmente de acuerdo que la parroquia Baquerizo cuenta con lugares turísticos para que sean visitados por los turistas; 31 vinculado al 20,9% está de acuerdo; 10 conexo al 6,8% ni en desacuerdo, ni de acuerdo; 7 semejante al 4,7% totalmente en desacuerdo y 2 concerniente al 1,4% en desacuerdo. Con este aporte, se evidencia que la parroquia Baquerizo Moreno, posee lugares que pueden ser visitados por los turistas, como las cascadas de esta población, y se requiere la colaboración de un investigador para que coopere en el sector de turismo con el GAD. Es significativo resaltar que los videos publicitarios mejoran el nivel de vida de la población y garantiza su sostenibilidad (Miranda Ortiz, 2017).

Pregunta 3. ¿Cuál de los siguientes medios considera usted que favorecen en la difusión del turismo en la parroquia Baquerizo Moreno:

Gráfico 3.

Medios considera usted que favorecen en la difusión del turismo



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022)

Análisis e Interpretación

En la pregunta relacionada con los medios que favorecen en la difusión del turismo en la parroquia Baquerizo Moreno sobresalen los siguientes valores mayoritarios; el 131 relacionado al 88,5% consideran que el video que difunde las cascadas del sector; 105 vinculado al 70,9% las redes sociales; en menores porcentajes: 17 conexo al 11,5% afirma que los periódicos; 12 equivalente al 8,1% las vallas publicitarias; 9 conexo al 6,15 los medios de impresión; 5 vinculado al 3,4% menciona la radio.

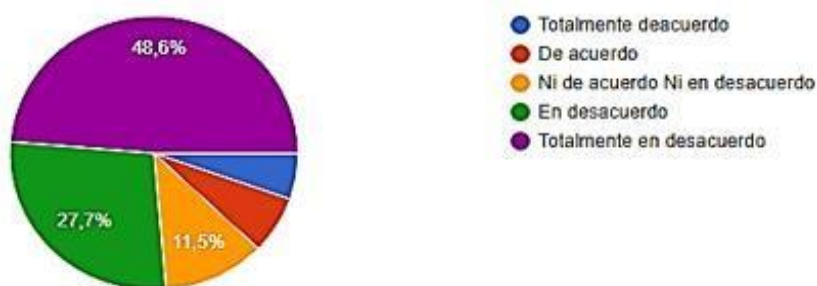
Con este aporte, se evidencia que los videos publicitarios son significativos para difundir las cascadas que posee la parroquia Baquerizo Moreno; por esta razón, es importante que un investigador elabore un video y en coordinación con el GAD efectúe la publicidad en las redes sociales. Según manifiesta **Diaz et al. (2020)** es trascendental exponer que atraer la atención de los usuarios mediante Facebook o YouTube fortalece la competitividad desde lo económico, sociocultural y medioambiental.

Pregunta 4. ¿Considera usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Baquerizo Moreno protege los recursos naturales con los que cuenta el lugar?

Gráfico 4.

El GAD de la parroquia protege los recursos naturales.

148 respuestas



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022)

Análisis e Interpretación

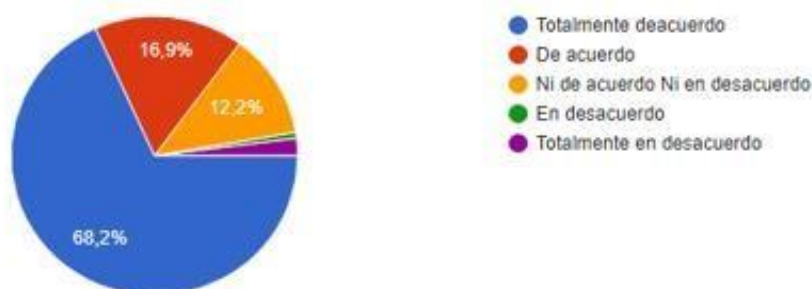
En la gráfica presentada de 148 turistas encuestados equivalente al 100%, 72 semejante al 48,6% está totalmente en desacuerdo que el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Baquerizo protege los recursos naturales con los que cuenta el lugar; 41 concerniente al 27,7% en desacuerdo; 17 conexas al 11,5% ni en desacuerdo, ni de acuerdo; 10 vinculados al 6,8% está de acuerdo; 8 relacionados al 5,4% están totalmente de acuerdo. Con este aporte se establece que el GAD no establece sistemas de conservación de los recursos naturales que posee, por lo expuesto se requiere la participación de un investigador para que contribuya en el sector turístico. Es significativo resaltar que la competitividad de destinos turísticos desde la sostenibilidad, la tecnología, la sociedad y la conservación del patrimonio. la publicidad mediante videos promueve un turismo sostenible que genera puestos de trabajo, promueve la cultura y los productos locales (Aranda, 2021).

Pregunta 5. ¿Le gustaría visitar las cascadas que posee la parroquia Baquerizo Moreno ubicada en el cantón Píllaro?

Gráfico 5.

Visita a las cascadas en la parroquia Baquerizo Moreno.

148 respuestas



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022)

Análisis e Interpretación

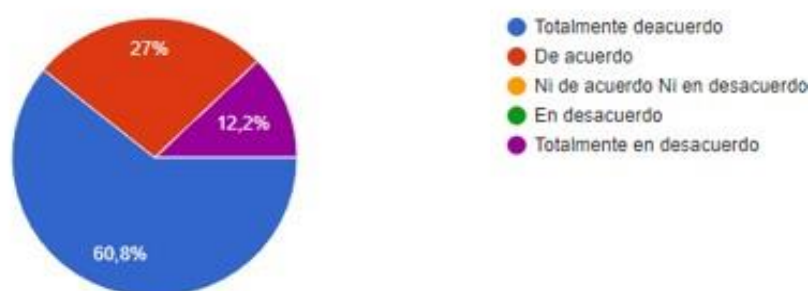
De una totalidad del 148 turistas encuestados equivalente al 100%, 101 relacionado al 68,2% están totalmente de acuerdo que le gustaría visitar las cascadas que posee la parroquia Baquerizo Moreno ubicada en el cantón Píllaro; 25 vinculado al 16,9% está de acuerdo; 18 conexo al 12,2% ni en desacuerdo, ni de acuerdo; 3 semejante al 2,0% totalmente en desacuerdo y 1 concerniente al 0,7% en desacuerdo. Con este aporte, se evidencia que el GAD de Baquerizo Moreno no ha utilizado videos en redes sociales, promocionando su oferta turística; y se requiere la colaboración de un investigador para que colabore en el ámbito de turismo con el GAD. Es significativo resaltar que la comunicación publicitaria proporcionará oportunidades, desarrollo y progreso al sector (Isaza, 2017).

Pregunta 6. ¿Es importante contar con un guía de turismo que explique la historia de las cascadas que posee la parroquia Baquerizo Moreno?

Gráfico 6.

Guía de turismo

148 respuestas



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada)2022)

Análisis e Interpretación

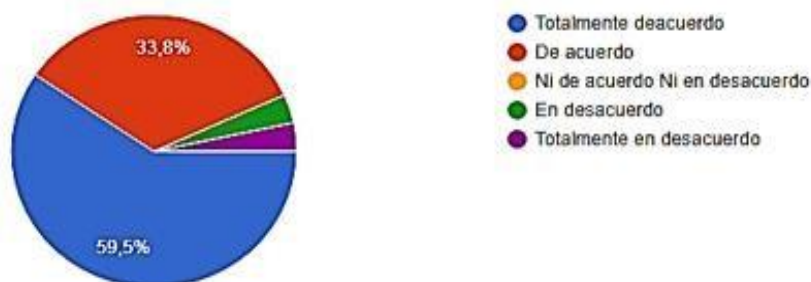
Del 100% de turistas encuestados: 88 relacionado al 60,8% están totalmente de acuerdo que es importante contar con un guía de turismo que explique la historia de las cascadas que posee la parroquia Baquerizo Moreno, 40 vinculado al 27% está de acuerdo; 18 semejante al 12,2% totalmente en desacuerdo; 0 conexas al 0% ni en desacuerdo, ni de acuerdo; 0 concerniente al 0% en desacuerdo. Con esta aportación, se manifiesta que el GAD de Baquerizo Moreno no cuenta con un guía de turismo, y se demanda la ayuda de un investigador que colabore en el sector turístico con el gobierno parroquial. Es significativo resaltar que la difusión de recursos turísticos de manera atractiva, despiertan el interés de los visitantes (**Andrade A., 2021**).

Pregunta 7. ¿Usted considera que existe la necesidad de diseñar una estrategia de publicidad para la difusión turística de las cascadas de la Parroquia Baquerizo Moreno?

Gráfico 7.

Diseñar una estrategia publicitaria para difundir las cascadas.

148 respuestas



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022)

Análisis e Interpretación

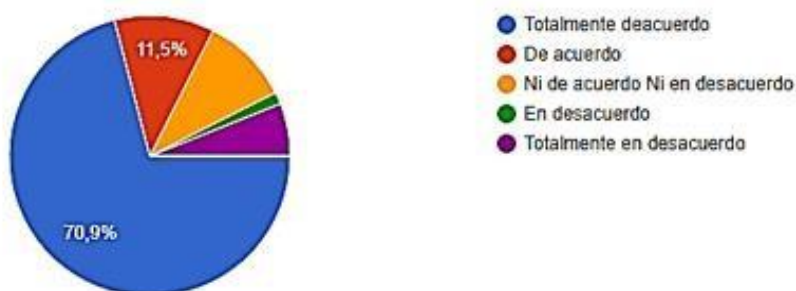
De 148 turistas encuestados equivalente al 100%: 88 relacionado al 59,5% están totalmente de acuerdo que existe la necesidad de diseñar una estrategia de publicidad para la difusión turística de las cascadas de la parroquia Baquerizo Moreno; 50 vinculado al 33,8% está de acuerdo; 5 concerniente al 3,4% en desacuerdo; 5 semejante al 3,4% totalmente en desacuerdo; y 0 conexo al 0% ni en desacuerdo, ni de acuerdo. En este aporte, se observa que el GAD de la parroquia no ha diseñado una estrategia publicitaria para difundir las cascadas, y se requiere la colaboración de un investigador para que aporte en el área turística con el GAD. Es significativo mencionar que el turismo potencia la economía (Andrade, 2019).

Pregunta 8. ¿Usted considera que la difusión de las cascadas contribuirá al beneficio económico de la población que habita en la parroquia Baquerizo Moreno?

Gráfico 8.

La difusión de las cascadas beneficia económicamente al sector.

148 respuestas



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022).

Análisis e Interpretación

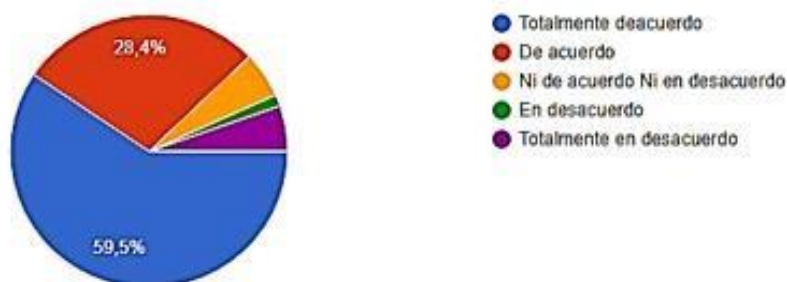
En la gráfica presentada de 148 turistas encuestados equivalente al 100%, 105 relacionado al 70,9% están totalmente de acuerdo que la difusión de las cascadas contribuirá al beneficio económico de la población que habita en la parroquia Baquerizo Moreno; 17 vinculado al 11,5% está de acuerdo; 15 conexo al 10,1% ni en desacuerdo, ni de acuerdo; 9 semejante al 6,1% totalmente en desacuerdo; y 2 concerniente al 1,4% en desacuerdo. Con esta aportación, se evidencia que el GAD de Baquerizo Moreno no ha establecido una estrategia para difundir las cascadas: La Toma, Pugse y Cañón Bravo dentro del territorio, por esta razón, se requiere la participación de un investigador para que colabore en el ámbito de turismo con la Municipalidad parroquial. Es significativo resaltar que la publicidad turística dinamiza la economía nacional e internacional (García, 2020).

Pregunta 9. ¿Considera que es importante realizar un video relacionado con la parroquia Baquerizo Moreno, promocionando las Cascadas: La Toma, ¿Pugse y el Cañón Bravo?

Gráfico 9.

Video para difundir las Cascadas: La Toma, Pugse y el Cañón Bravo.

148 respuestas



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022)

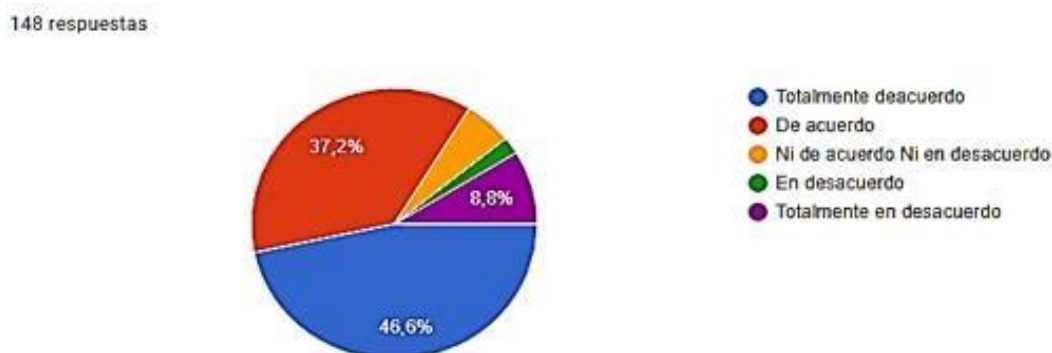
Análisis e Interpretación

Del 100% de turistas encuestados equivalente al 100%, 88 relacionado al 59,5% están totalmente de acuerdo que es importante realizar un video relacionado con la parroquia Baquerizo Moreno, promocionando las Cascadas: La Toma, Pugse y el Cañón Bravo; 42 vinculado al 28,4% está de acuerdo; 8 conexo al 5,4% ni en desacuerdo, ni de acuerdo; 8 semejante al 5,4% totalmente en desacuerdo; y 2 concerniente al 1,4% en desacuerdo. Con esta aportación, se confirma que el GAD de Baquerizo Moreno no ha fortalecido la promoción turística en el territorio, y se requiere la colaboración de un investigador para que contribuya en el ámbito de turismo con el GAD. Es significativo resaltar que la publicidad incrementa la rentabilidad económica de las familias y los habitantes del sector **(Bernad Conde, 2020)**.

Pregunta 10. ¿Cree que la difusión de las Cascadas La Toma, Pugse y el Cañón Bravo mediante un video incrementará el número de turistas al lugar?

Gráfico 10.

La difusión de las Cascadas incrementará el turismo.



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022)

Análisis e Interpretación

De 148 turistas encuestados equivalente al 100%: 69 relacionado al 46,6% están totalmente de acuerdo que la difusión de las Cascadas: La Toma, Pugse y el Cañón Bravo mediante un video incrementará el número de turistas al lugar; 55 vinculado al 37,2% está de acuerdo; 14 semejante al 8,8% totalmente en desacuerdo; 8 conexo al 5,4% ni en desacuerdo, ni de acuerdo; y 3 concerniente al 2% en desacuerdo. Con este aporte, se exterioriza que el GAD de Baquerizo Moreno no ha realizado una mejor difusión de las Cascadas: La Toma, Pugse y el Cañón Bravo mediante un video, y se requiere la colaboración de un investigador para que participe en el ámbito de turismo con el GAD. Es significativo resaltar que la publicidad mejora la rentabilidad económica (Ugsha Zamora, 2022).

3.2. Verificación de la Hipótesis

Modelo Lógico

H₀: “La difusión turística no mejorará el turismo en la parroquia Baquerizo Moreno del cantón Píllaro”.

H_a: “La difusión turística si mejorará el turismo en la parroquia Baquerizo Moreno del cantón Píllaro”.

Modelo Matemático

H₀: O = E

H_a: O ≠ E

3.2.3. Modelo Estadístico

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

Nivel de Significación

$$\alpha = 0.05$$

95% de Confiabilidad

Fórmula de la Chi - Cuadrado

$$x^2 = \sum \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

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

Donde:

x^2 = Cantidad elevada al cuadrado

Σ = Sumatoria

fo = Frecuencia observada

fe = Frecuencia Esperada

Grado de libertad (gl)

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

$$gl = (5 - 1) (4 - 1)$$

$$gl = 4 \times 3$$

$$gl = 12$$

$$X^2_t = 21,03$$

Tabla 7:

Probabilidad de un valor superior - Alfa (α)

Probabilidad de un valor superior - Alfa (α)					
Grados libertad	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
1	2,71	3,84	5,02	6,63	7,88
2	4,61	5,99	7,38	9,21	10,60
3	6,25	7,81	9,35	11,34	12,84
4	7,78	9,49	11,14	13,28	14,86
5	9,24	11,07	12,83	15,09	16,75
6	10,64	12,59	14,45	16,81	18,55
7	12,02	14,07	16,01	18,48	20,28
8	13,36	15,51	17,53	20,09	21,95
9	14,68	16,92	19,02	21,67	23,59
10	15,99	18,31	20,48	23,21	25,19
11	17,28	19,68	21,92	24,73	26,76
12	18,55	21,03	23,34	26,22	28,30

13	19,81	22,36	24,74	27,69	29,82
14	21,06	23,68	26,12	29,14	31,32
15	22,31	25,00	27,49	30,58	32,80

Fuente: **Quevedo** (2011)

Compilado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022)

El valor tabulado de X^2 con 12 grados de libertad y un nivel de significación de 0,05 es 21,03 (valor encontrado en la tabla de Puntos porcentuales de la distribución X^2).

Recolección de datos y cálculos estadísticos

Frecuencias observadas

Tabla 8:

Frecuencias Observadas

Preguntas	Alternativas					Sub total
	TDA	TA	IN	ED	TED	
Pregunta 02	98	31	10	2	7	148
Pregunta 05	101	25	18	1	3	148
Pregunta 07	88	50	0	5	5	148
Pregunta 09	88	42	8	2	8	148
Totales:	375	148	36	10	23	592

Elaborado por: Torres Lozada Christian Patricio (2022)

Frecuencias esperadas

Tabla 9.

Frecuencias Esperadas

Preguntas	Alternativas					Sub total
	TDA	TA	IN	ED	TED	
Pregunta 02	93,75	37,00	9,00	2,50	5,75	148,00
Pregunta 05	93,75	37,00	9,00	2,50	5,75	148,00
Pregunta 08	93,75	37,00	9,00	2,50	5,75	148,00
Pregunta 09	93,75	37,00	9,00	2,50	5,75	148,00

Totales: 375,00 148,00 36,00 10,00 23,00 592,00

Elaborado por: Torres Lozada Christian Patricio (2022)

Cálculo de X^2_c

Tabla 10.

Cálculo de X^2_c

N.	Fo	fe	fo-fe	fe2	fo-fe2/fe	
1	98	93,75	4,3	18,5	0,2	
2	101	93,75	7,3	52,6	0,6	
3	88	93,75	-5,8	33,1	0,4	
4	88	93,75	-5,8	33,1	0,4	
5	31	37,00	-6,0	36,0	1,0	
6	25	37,00	-12,0	144,0	3,9	
7	50	37,00	13,0	169,0	4,6	
8	42	37,00	5,0	25,0	0,7	
9	10	9,00	1,0	1,0	0,1	
10	18	9,00	9,0	81,0	9,0	
11	0	9,00	-9,0	81,0	9,0	
12	8	9,00	-1,0	1,0	0,1	
13	2	2,50	-0,5	0,3	0,1	
14	1	2,50	-1,5	2,3	0,9	
15	5	2,50	2,5	6,3	2,5	
16	2	2,50	-0,5	0,3	0,1	
17	7	5,75	1,3	1,6	0,3	
18	3	5,75	-2,8	7,6	1,3	
19	5	5,75	-0,8	0,6	0,1	
20	8	5,75	2,3	5,1	0,9	
Totales				00	698,5	36,0

Elaborado por: Torres Lozada Christian Patricio (2022)

El valor calculado X^2 es 36,0 (valor encontrado mediante el cálculo de las frecuencias observadas y frecuencias esperadas).

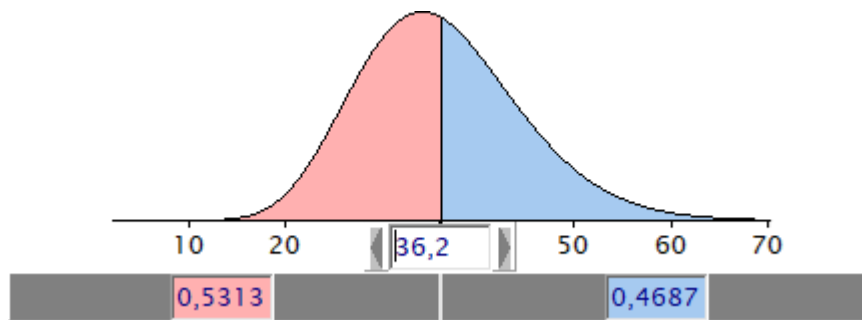
Regla de decisión

$$R(H_0) \text{ si } X^2_c > X^2_t$$

Es decir, $X^2_c > 36,0$

Gráfico 11:

Campana de Gauss



Decisión Estadística

Con 1 grado de libertad y 95% de confiabilidad, la X^2_c 21,06; valor que cae en la zona de rechazo de la hipótesis nula (H_0) por ser superior a X^2_t que es de 21,03; por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna que dice:

“La difusión turística si mejorará el turismo en la parroquia Baquerizo Moreno del cantón Píllaro”.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Después de aplicada la encuesta a los turistas, se identifica como medio para promover el desarrollo de la actividad turística parroquial el uso de videos, considerando que las personas diariamente se conectan a internet para obtener información, comprar o vender productos y servicios turísticos de esta forma se fomenta el intercambio de información para realizar actividades relacionadas con el turismo. Al respecto, las redes sociales han evolucionado en el sector turístico constituyéndose en una herramienta indispensable, para compartir información mediante imágenes, videos o testimonios, cabe mencionar que en el estudio se enfoca en la difusión de las Cascadas: La Toma, Pugse y Cañón Bravo.

En referencia al segundo objetivo, determinar los atractivos naturales que posee la parroquia Baquerizo Moreno sobresalen las cascadas La Toma, EL Pugse y Cañón Bravo que ofrecen a los visitantes paisajes, flora y fauna silvestre, al igual que manifestaciones culturales (presente o pasado), sin embargo, el Gobierno Autónomo Descentralizado no emplea procesos y estrategias que promuevan la conservación, lo que genera un bajo impacto ambiental y socioeconómico de la población local.

En cumplimiento con el tercer objetivo, el desarrollo de la estrategia de publicidad dirigida a la difusión turística de los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno se sustentó en las fichas de inventario de atractivos turísticos del ministerio de turismo, obteniendo como resultado que existe la necesidad de diseñar un video que contribuye en la visualización de los atractivos naturales del sector, componente que permitirá realizar una difusión turística adecuada mediante medios de comunicación para incrementar el turismo en el lugar, y contribuir con el desarrollo económico a los habitantes del sector.

4.2. Recomendaciones

Diseñar una estrategia de publicidad mediante un video relacionado con las cascadas: La Toma, Pugse y Cañón Bravo que sea publicado en las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) formadas en Internet, de esta forma, se amplía la visibilidad online de las cascadas, impactando al público mediante la segmentación de las campañas publicitarias de esta forma se abre nuevos canales comunicacionales en el turismo.

Fortalecer la publicidad en cuanto a la visita a las cascadas para promover su conservación, de esta forma se contribuye en el sostenimiento y bienestar de la comunidad fortaleciendo los aspectos: económicos, y sociales; salvaguardando la integridad cultural, los procesos ecológicos, y la biodiversidad.

Mostrar los lugares, atractivos y recursos turísticos (Cascadas La Toma, Pugse y Cañón Bravo) de la parroquia y del cantón sean promocionados por el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de la parroquia mediante el uso de redes sociales considerando que el turismo conlleva al bienestar económico, el posicionamiento sostenible, en mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos.

CAPÍTULO V PROPUESTA

5.1. Propuesta

Datos Informativos

“Desarrollar una estrategia de publicidad mediante un video que promueva la difusión turística de las cascadas: La Toma, Pugse y Cañón Bravo de la parroquia Baquerizo Moreno, cantón Píllaro, provincia de Tungurahua”.

Institución Ejecutora

- Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Píllaro
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Baquerizo Moreno

Beneficiarios

- Los beneficiarios serán los actores turísticos
- Pobladores de la Baquerizo Moreno de la Provincia de Tungurahua.

Ubicación

Provincia:	Tungurahua
Cantón:	Píllaro
Cabecera cantonal:	Santiago de Píllaro
Parroquia:	Baquerizo Moreno
Limites:	Norte: parroquias de San Miguelito y Marcos Espinel Sur: Parroquia Los Andes del Cantón Patate Este: Parroquia Sucre Oeste: Parroquia Emilio María Terán

Responsable de la Elaboración	Christian Patricio Torres Lozada Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de la Parroquia Baquerizo Moreno
Tutor	Lcdo. Mario Giovanni Romo Rojas, Mg.
Provincia	Tungurahua
Cantón	Píllaro
Parroquia	Baquerizo Moreno
Rango altitudinal	2950 msnm.
Suelos	Tipo Inceptisol presentan alto contenido de materia orgánica
Beneficiarios	Pobladores –turistas

Equipo Técnico

Departamento de Turismo y Cultura del GAD Parroquial Baquerizo Moreno
Lcdo. Mario Giovanni Romo Rojas, Mg. Tutor del Proyecto de Investigación
Sr. Christian Patricio Torres Lozada. Autor del Proyecto de Investigación.

Antecedentes de la propuesta

En la Parroquia Baquerizo Moreno del cantón Píllaro aún no se ha diseñado un producto estructurado que promueva la difusión de las cascadas La Toma, Pugse y Cañón Bravo, pero mencionando al Bosque Montano, Rio Pucahuico y Montaña Quinuales, que posee el sector; además es reducido el flujo de visitantes, factor que limita que la población local diversifique sus ingresos a partir de actividades turísticas.

Cabe mencionar que la parroquia posee varios atractivos turísticos, incluye servicios (alimentos preparados con productos del sector; la crianza de la trucha arcoíris; buenas prácticas de manufactura, emprendimiento o turismo comunitario), lamentablemente

el servicio que no siempre cubren las expectativas del visitante y lo que desfavorece en su desarrollo productivo.

Por otra parte, las cascadas que existen en la zona, no han sido difundidas con visión turística, por esta razón en el estudio se considera que existe la necesidad de fortalecer el turismo incrementado la evolución del internet, mediante la conexión a las redes sociales (Facebook), componentes tecnológicos que han contribuido en la generación de sitios audiovisuales como YouTube, Blogs; incluye también la publicidad en formatos de video en los medios digitales.

Se plantea el uso del video como estrategia audiovisual que promocióne de forma efectiva los atractivos turísticos que posee la parroquia Baquerizo Moreno, siendo una herramienta idónea en la presentación de contenidos con creatividad, con apoyo en las nuevas tecnologías; en este sentido, se procura atraer la atención y el interés de los turistas y el público en general, aspecto que aporta al crecimiento y desarrollo económico y productivo del sector.

Justificación

El diseño del video como estrategia audiovisual, contribuirá en forma notable al progreso turístico y socio económico de la parroquia Baquerizo Moreno, considerando que al promocionar los productos turísticos que posee se fortalece las expectativas del turista nacional y extranjero, perspectiva que posteriormente incrementa la afluencia de visitantes hacia la parroquia y con ello mejora la situación socio económica de la población local.

Cabe mencionar que la investigación aporta con un diagnóstico referente al producto turístico que estará difundido mediante un video en las redes sociales, además, se proyecta en mejorar la mentalidad de autoridades y pobladores a través de su inclusión en el progreso cultural, y social, siendo protagonistas y participes en el progreso turístico de la zona.

La novedad de la investigación reside en que en la actualidad no han sido difundidas las cascadas mediante un video promocional, razón por la cual no existe una afluencia de turistas; al respecto, su difusión incrementará en el sector parroquial fuentes de trabajo, y la población mejorará su socioeconomía.

La investigación es trascendente porque con la elaboración de un video promocional turístico se contribuye a mejorar el área social, económica y cultural de la población a través de la actividad turística; además, con el estudio, se pretende impulsar el desarrollo regional sustentable.

Los beneficiarios directos de la difusión turística serán los habitantes de la parroquia Baquerizo Moreno, mientras los indirectos (transportistas, comerciantes, productores y emprendedores), se proyectan en oportunidades comerciales con el aumento del flujo de visitantes.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar una estrategia publicitaria mediante un video que promueva la difusión turística de las cascadas: La Toma, Pugse y Cañón Bravo de la parroquia Baquerizo Moreno, cantón Píllaro, provincia de Tungurahua”.

Objetivos Específicos.

- Fundamentar teóricamente la importancia del video en la difusión turística.
- Elaborar la estrategia publicitaria mediante un video que promueva la difusión turística de las cascadas: La Toma, Pugse y Cañón Bravo, y también mencionando al Bosque Montano, Rio Pucahuico y Montana Quinuales de la parroquia Baquerizo Moreno.

- Difundir el video publicitario en las redes sociales Facebook y YouTube de las cascadas: La Toma, Pugse y Cañón Bravo y también mencionando al Bosque Montano, Rio Pucahuico y Montana Quinuales de la parroquia Baquerizo Moreno.

Fundamentación:

Importancia del video en la difusión turística

El vídeo publicitario en el área del turismo toma su trascendencia en la difusión turística al mostrar al público de forma creativa e impresionante aquello que se desea dar a conocer mediante imágenes y los sonidos combinados de esta forma motivan y despiertan el interés por conocer aquello que es desconocido.

El vídeo incluye imágenes de calidad, música apropiada, efectos especiales, clips de animación, sonidos cautivadores, eslóganes publicitarios, voces en off, y otros recursos; útiles en la creación audiovisual, la finalidad es impactar en la atención de los futuros turistas o visitantes, elementos potenciales que contribuyen en el progreso de la sociedad.

Beneficios Vídeo Publicitario

El video incluye una presentación de la realidad, puede ser difundido mediante páginas web, generaliza un servicio de forma eficaz; en el contexto turístico incrementa la duración de los visitantes.

Cabe mencionar que la introducción del formato de vídeo en el sitio web, aumenta el número de turistas al igual que la posibilidad para obtener información, contactar, adquirir algún servicio, por lo tanto, los vídeos publicados en YouTube pueden aparecer en la primera página de las búsquedas de Google y así generar mayor tráfico hacia tu sitio.

La transmisión del video genera confianza siendo la mejor manera de ofrecer una comunicación directa y transparente, desde la perspectiva turística, fomenta la interactividad, aumenta la participación, logra mantener la atención del usuario e incrementa la intención de visita a determinados sitios o lugares.

Estrategia publicitaria mediante un video que promueva la difusión turística de las cascadas: La Toma, Pugse y Cañón Bravo, y también mencionando al Bosque Montano , Rio Pucahuico y Montana Quinuales de la parroquia Baquerizo Moreno.

La estrategia publicitaria incluye un video enfocado en la difusión turística de las cascadas de Baquerizo Moreno, se trata de promocionar turísticamente al sector.

Gráfico 12:

Inicio del video



Elaborado por: Torres Lozada Christian Patricio (2022)

En todo el proceso de producción se trabajó con luz natural, al tener contacto con la naturaleza.

En el material de reproducción se utilizó un micrófono de la cámara filmadora o del celular. La finalidad es entregar un video promocionando las cascadas con el tema “La difusión turística y los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno, cantón Píllaro”. El video se difundió en la página web del GAD parroquial de Baquerizo Moreno, de igual forma en las diferentes redes sociales como Facebook, YouTube e Instagram.

Difundir el video publicitario en las redes sociales Facebook y YouTube de las cascadas: La Toma, Pugse y Cañón Bravo de la parroquia Baquerizo Moreno.

El video se enfoca en “La difusión turística y los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno, cantón Píllaro”, la finalidad es efectuar la publicidad de los atractivos y sitios naturales del sector.

Link del video del YouTube

<https://youtube.com/watch?v=s4ZdP3wnmvw>

Cascada la Toma link video corto

<https://youtu.be/wKbEbSmrMjU>

Cascada Pugse link video corto

<https://youtu.be/ARi7aAPfLYY>

Cascada Cañón Bravo link video corto

<https://youtu.be/trj7d8pPl6U>

Gráfico:

Parroquia Baquerizo Moreno



Elaborado por: Torres Lozada Christian Patricio (2022)

Gráfico 14:

Cascada La Toma



Elaborado por: Torres Lozada Christian Patricio (2022)

Gráfico 15:

Cascada Pugse)



Elaborado por: Torres Lozada Christian Patricio (2022)

Bibliografía

- Agardy, T., Vivas, D., & Gómez, R. (2018). Ecosistemas Costeros y Marinos y el Sector de Ecoturismo en América Latina y el Caribe. *Banco de Desarrollo de América Latina*. Obtenido de <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1375/Ecoturismo%20Costero%20Esp.pdf?sequence=1>
- Andrade, A. (2021). *Plan estratégico para el aprovechamiento de los recursos turísticos y culturales del distrito de Santo Domingo de Guzmán*. Universidad Nacional de Piura.
- Andrade, K. (2019). Comunicación digital en desarrollo turístico de la Isla Puná, Ecuador. *Universitas, Revista de Ciencias Sociales y Humanas* (30), 1 - 17. Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86342019000100211
- Aranda, M. (2021). Perspectiva espacio-territorio en la gestión integral e inteligente de destinos turísticos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94), 915-931.
- Ávila, P. (2018). La sustentabilidad o sostenibilidad: un concepto poderoso para la humanidad. *Tabula Rasa*, 28, 409-423. Obtenido de <https://revistas.unicolmayor.edu.co/index.php/tabularasa/article/view/1127>
- Bárcena, A., Cimoli, M., García, R., Sánchez, J., & Pérez, R. (2019). *Recursos naturales, medio ambiente y sostenibilidad 70 años de pensamiento de la CEPAL*. Recursos Naturales de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44785/1/S1900378_es.pdf
- Bernad Conde, M. (2020). Nuevas tecnologías y difusión del turismo cultural: descubriendo a Goya con realidad aumentada. *ROTUR. Revista de ocio y turismo*, 14(1), 81-93.
- Cadena et al. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista mexicana*

- de ciencias agrícolas*, 8(7), 1603-1617. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2631/263153520009.pdf>
- Camprubí, R., & Coromina, L. (2016). La influencia de las fuentes de información en la formación de la imagen turística. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.Pasos* , 14(4), 781-796. Obtenido de <https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/12955/influencia-de-las-fuentes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cárdenas, G., & Nieto, A. (2018). *Herramientas SIG Web como medio de difusión turística. Sistemas de información geográfica y teledetección: aplicaciones en el análisis territorial* (Vol. 69). Instituto de Desarrollo Territorial Sostenible; Universidad de Extremadura. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Gema-Cardenas-Alonso-2/publicación/328282930_SISTEMAS_DE_INFORMACION_GEOGRAFICA_Y_TELEDETECCION_APLICACIONES_EN_EL_ANALISIS_TERRITORIAL/links/5bc46fa7a6fdcc2c91fc09ae/SISTEMAS-DE-INFORMACION-GEOGRAFICA-Y-TELEDETECCION-
- Conde, S. (2020). Nuevas tecnologías y difusión del turismo cultural: descubriendo a Goya con realidad aumentada. *Rotur: revista de ocio y turismo*, 14(1), 81-93. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7324674>
- Díaz Díaz, M., & Gutiérrez Ortiz, A. (2020). Efectividad de las redes sociales en la publicidad turística. *Universidad Peruana Unión*, 1 - 17.
- Espinoza, E. (2019). El problema de investigación. *Revista Conrado, Cienfuegos*, 14(64), 22-32. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000400022
- Flores, J. (2020). *Levantamiento de información técnica de los recursos naturaleza de la Zona El Chivo en la Reserva Geobotánica Pululahua ubicada en las Parroquias San Antonio De Pichincha y Calacali , cantón Quito, provincia de Pichincha. Tecnológico Superior Cordillera*. Obtenido de <http://www.dspace.cordillera.edu.ec:8080/xmlui/handle/123456789/5046>
- Frías Navarro, D. (2022). Apuntes de estimación de la fiabilidad de consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida. *Universidad de Valencia*, 1 - 26. Obtenido de <https://www.uv.es/~friasnav/AlfaCronbach.pdf>

- Galeas, R., & Guevara, J. (2012). *Sistema de clasificación de los Ecosistemas del Ecuador Continental*. Ministerio de Ambiente del Ecuador. Subsecretaría de Patrimonio Natural. Obtenido de https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEYENDA-ECOSISTEMAS_ECUADOR_2.pdf
- García Arcos, J. (2020). *El turismo y su incidencia socioeconómica en la Comuna Engabao, cantón Gral. Villamil Playas, provincia del Guayas. Período: 2014-2018*. Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/50424/1/TF-GARCIA%20ARCOS%20JULIO.pdf>
- Guerra, C. (2021). *Valoración Ambiental Del Bosque Siempreverde Piemontano De La Cordillera Occidental De Los Andes (Bspn01), Ubicado Entre Los Cantones Pangua-La Maná, 2021*. Universidad Técnica de Cotopaxi. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7837/1/PC-001077.pdf>
- Günther, M., & Gutiérrez, R. (2017). La política del ambiente en América Latina. Una aproximación desde el cambio ambiental. México. *CLACSO y Universidad Autónoma Metropolitana*, 37-70. Obtenido de https://www.clacso.org.ar/libreria-latinoamericana/libro_detalle.php?id_libro=1240&pageNum_rs_libros=2&totalRows_rs_libros=935
- Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Metodología de la Investigación. Introducción a los tipos de muestreo. *Instituto Nacional de Salud. Ministerio de Salud*, 2, 1 - 5. Obtenido de <https://alerta.salud.gob.sv/wp-content/uploads/2019/04/Revista-ALERTA-An%CC%83o-2019-Vol.-2-N-1-vf-75-79.pdf>
- Hernández, Fernández, Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta edición ed.). México: McGRAW-HILL. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández, L., Molina, D., & Araz, C. (agric. soc. desarro de 2017). Servicios ecosistémicos y estrategias de conservación en el manglar de Isla Arena. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 14 (3). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-54722017000300427

- Hofstede, R., Lips, J., & Jongsma, W. (1998). *Geografía, ecología y forestación de la Sierra Alta del Ecuador: Revisión de literatura*. Ediciones Abya Laya.
- Isaza, J. (2017). *Diagnóstico del uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones en las empresas del sector de turismo de Naturaleza en el Departamento del Magdalena*. Universidad Nacional Abierta. Obtenido de <https://www.researchgate.net/profile/Jesus-Fandino-Isaza/project/Diagnostico-del-uso-de-las-tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-en-las-empresas-del-sector-de-turismo-de-Naturaleza-en-el-Departamento-del-Magdalena/attachment/5a63c8b84cde266d>
- Jácome Salvador, G. (2017). *El perfil del visitante y su importancia en la diversificación de la oferta turística del Cantón Tisaleo, Provincia de Tungurahua*. Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26378/1/J%20C3%A1come%20Salvador%20Jennifer%20Elena%201804298295.pdf>
- Jaramillo Loayza, M., & Merchan Rosero, T. (2018). *Evaluación de las zonas de recarga hídrica en relación a las formaciones vegetales en la parroquia Angochagua*. Universidad Técnica del Norte. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8654/2/ART%20c3%8dCULO.pdf>
- Larrea, E. (2021). *La señalética turística, instrumento de comunicación en los destinos*. Entorno Ecoturístico. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/la-senaletica-turistica-instrumento-de-comunicación-en-los-destinos/>
- Lipa, C. (2017). *Recursos naturales potenciales para el desarrollo de turismo ecológico en las unidades territoriales del distrito de Putina, corredor ecológico Bahuaja Sonene - Puno*. Universidad Nacional del Altiplano Puno. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/5154>
- López, P., & Fachelli, S. (2016). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. *Dipòsit Digital de Documents Universitat Autònoma de Barcelona*. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Ministerio de Turismo. (2017). Guía Metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador. Metodología para la

- jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador. *Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*, 3 - 21. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- Ministerio de Turismo. (2017). *Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2017* (2da. Edición ed.). Asociación de Municipalidades Ecuatorianas - AME.
- Ministerio de Turismo. (2018). *Guía para el Levantamiento de la Ficha de Accesibilidad. Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador 2017*. Ministerio de Turismo del Ecuador .
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). *Ejes Estratégicos. En Mintur, Plan Nacional de Turismo 2030*. Ministerio de Turismo. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf
- Miranda Ortiz, C. (2017). *Las redes sociales y su impacto en la promoción turística de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua*. Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/25112>
- Navarro Celis, F., Almaguer Covarrubias, R., Moreno Velazco, F., & Hernández Rocha, N. (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(1). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28063104009/28063104009.pdf>
- Navarro Celis, F., Imaguer Covarrubias, R., Velazco Fausto, M., & Hernández Rocha, N. (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Revista Deficiencias Sociales*, 26(1), 77-90. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28063104009/html/>
- Noboa, M. (2019). *Planificación y Desarrollo Turístico del cantón Caluma, provincia de Bolívar*. Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5829/1/UNACH-EC-IPG-TUR-GES-SOST-DES-TUR-2019-006.pdf>

- Olmos Soto, J. (2019). *La sostenibilidad social en el comercio internacional Instrumentos y prácticas utilizadas por productores y empresas*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44642/1/S1900377_es.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Glosario de términos del turismo*. he World Tourism Organization is the United Nations. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Orgaz, F., & Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable*, 31, 1 - 12. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1934/193449985009/html/>
- Pirela Morillo, J., & Pulido Daza, N. (2017). *Investigación formativa en los estudios de información documental*. Universidad de la Salle. Obtenido de https://amp.issuu.com/danielvivaso/docs/trabajo_investigativo_-_ortiz_vivas/118
- Pontes, M., García, R., & Moreno, D. (2020). Turismo, producción inmobiliaria y procesos espaciales: la difusión del modelo turístico español hacia Brasil. *EURE (Santiago)*, 46(137), 135-156. *EURE (Santiago)*, 46(137). Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0250-71612020000100135&script=sci_arttext&tlng=n
- Quevedo Ricardi, F. (2011). *Estadística Aplicada. La prueba de ji-cuadrado*. Medwave.
- Ramírez, P., & Valencia, J. (2018). E-Turismo: herramienta clave para el desarrollo turístico en el Ecuador. *XII Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo*, 1 - 11. Obtenido de <https://www.eumed.net/actas/18/turismo/9-e-turismo-herramienta-clave.pdf>
- Rasinger, S. (2020). *La investigación cuantitativa en lingüística: Una introducción*. Ediciones Akal.
- Rodríguez, E., & Quintanilla, A. (2019). Relación ser humano-naturaleza: Desarrollo, adaptabilidad y posicionamiento hacia la búsqueda de bienestar subjetivo. *Universidad de Colima*, 23(3), 7-22. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/837/83762317002/html/>

- Sánchez, J., Domínguez, R., León, M., Samaniego, J., & Sunkel, O. (2019). *Recursos naturales, medio ambiente y sostenibilidad: 70 años de pensamiento de la CEPAL*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/44785>
- Sánchez, J., Domínguez, R., León, M., Samaniego, J., & Sunkel, O. (2019). *Recursos naturales, medio ambiente y sostenibilidad 70 años de pensamiento de la CEPAL*. Libros de la CEPAL. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44785/1/S1900378_es.pdf
- Santamaría Freire, E., & López Pérez, S. (2019). *Beneficio social de la actividad turística en Ecuador* (Vol. 24). Revista Venezolana de Gerencia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29059356007/html/>
- Secretaría de Patrimonio Natural. (2013). *Sistemas de clasificación de los ecosistemas del Ecuador Continental*. Ministerio del Ambiente del Ecuador. Obtenido de <http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/NIVEL%20NACIONAL/MAE/ECOSISTEMAS/DOCUMENTOS/Sistema.pdf>
- Sotomayor Granda, M. (2019). Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de estudio: cantón Loja. *Siembra*, 6(1), 68-84.
- Sotomayor, M. (2019). Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de estudio: cantón Loja, Ecuador. *Siembra*, 6(1), 68-84.
- Travé, R., & Milano, C. (2019). *De dos orillas: imagen y experiencia en el turismo*. Colección PASOS edita, N° 23. Obtenido de <https://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoeedita/PSEedita23.pdf>
- Ugsha Zamora, K. (2022). *Situación turística actual del cantón baños de agua santa y su incidencia en la reactivación económica año 2022*. Universidad Técnica de Babahoyo . Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/12283>
- Ullauri, N., Riera, J., & Tenezaca, D. (2018). La promoción turística del Ecuador a través de publicaciones de difusión y divulgación. *IV CONGRETUR. Impacto del Turismo en el desarrollo del Ecuador*, 21-23. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60180562/Libro_de_Actas_IV_CONG

RETUR20190801-94390-1wlu8sz-with-cover-page-
v2.pdf?Expires=1655049119&Signature=OZc3wIDztCgBCVMzVhA8k3zJo
r8rmavbReayKNct4GW-
jLVPXKkhZjZ0DMbLaVTBBewPdjd6D0pkJDVHhopeiR5VyGAF73gRBUi9
zqQ6nr

- Vargas, A., Bauzá, F., & Melgoza, F. (2020). *El turismo después de la pandemia global análisis, perspectivas y vías de recuperación*. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. Obtenido de <https://aecit.org/uploads/public/DOCUMENTO.covid-19%20y%20turismo.pdf>
- Velastegui, A. (2020). *La prestación de servicios turísticos inclusivos para la actividad turística en la ciudad de Ambato*. Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31676/1/ANA%20ABIGAIL%20VELASTEGUI%20TESIS%20FINAL.pdf>
- Villa, B. (2019). *Gestión de ventajas competitivas y la sostenibilidad del turismo rural vivencial en la región Puno*. Universidad Nacional del Altiplano. Obtenido de http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/13461/Braulio_Salom%c3%a9_Villa_Ruiz.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Yaucán, S. (2018). *Diseño de un producto turístico rural para el cantón Colta, provincia de Chimborazo*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.espech.edu.ec/bitstream/123456789/8369/1/23T0644.pdf>
- Ylatoma, C. (2018). Modelo de gestión turística municipal integrada y participativa, para el fortalecimiento de la oferta turística cultural. UCV Hacer. *Revista de Investigación y Cultura -Universidad César Vallejo*, 7(3), 77-85. Obtenido de <http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/ucv-hacer/article/view/712/685>
- Zhingri, K., Zúñiga, C., & Iñiguez, M. (2020). Análisis de la Potencialidad Turística de las parroquias Uzhcurrumi y Casacay del cantón Pasaje, El Oro, Ecuador. *Kalpana*(18), 33- 52. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7834209>

Anexos

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación
Carrera: Turismo y Hotelería
Cuestionario aplicado a los turistas

Datos informativos:

Fecha:

Indicaciones: Sr. Turista, sírvanse contestar las siguientes preguntas marcando una (X) en la alternativa que usted considere pertinente, de acuerdo a la realidad de la difusión y los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno.

Objetivo: Analizar la difusión turística y los recursos naturales de la parroquia Baquerizo Moreno, cantón Píllaro, provincia de Tungurahua.

Cuestionario:

Pregunta 1. ¿Ha recibido información publicitaria sobre el Servicio de turismo del cantón Píllaro?

(.....) Totalmente de acuerdo

(....) De acuerdo

(.....) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

(....) En desacuerdo

(.....) Totalmente en desacuerdo

Pregunta 2. ¿Cree usted que la parroquia Baquerizo cuenta con lugares turísticos para que sean visitados por los turistas?

(.....) Totalmente de acuerdo

(.....) De acuerdo

(.....) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

- (.....) En desacuerdo
- (.....) Totalmente en desacuerdo

Pregunta 3. ¿Cuál de los siguientes medios considera usted que favorecen en la difusión del turismo en la parroquia Baquerizo Moreno:

- (.....) Radio
- (.....) Televisión
- (.....) Video difundiendo las cascadas del sector
- (.....) Periódicos
- (.....) Redes sociales
- (.....) Medios de impresión
- (.....) Vallas publicitarias

Pregunta 4. ¿Considera usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Baquerizo protege los recursos naturales con los que cuenta el lugar?

- (.....) Totalmente de acuerdo
- (.....) De acuerdo
- (.....) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- (.....) En desacuerdo
- (.....) Totalmente en desacuerdo

Pregunta 5 ¿Le gustaría visitar las cascadas que posee la parroquia Baquerizo Moreno ubicada en el cantón Píllaro?

- (.....) Totalmente de acuerdo
- (.....) De acuerdo
- (.....) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- (.....) En desacuerdo
- (.....) Totalmente en desacuerdo

Pregunta 6. ¿Es importante contar con un guía de turismo que explique la historia de las cascadas que posee la parroquia Baquerizo Moreno?

- (.....) Totalmente de acuerdo
- (.....) De acuerdo
- (.....) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

- (.....) En desacuerdo
- (.....) Totalmente en desacuerdo

Pregunta 7. ¿Usted considera que existe la necesidad de diseñar una estrategia de publicidad para la difusión turística de las cascadas de la Parroquia Baquerizo Moreno?

- (.....) Totalmente de acuerdo
- (.....) De acuerdo
- (.....) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- (.....) En desacuerdo
- (.....) Totalmente en desacuerdo

Pregunta 8. ¿Usted considera que la difusión de las cascadas contribuirá al beneficio económico de la población que habita en la parroquia Baquerizo Moreno?

- (.....) Totalmente de acuerdo
- (.....) De acuerdo
- (.....) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- (.....) En desacuerdo
- (.....) Totalmente en desacuerdo

Pregunta 9. ¿Considera que es importante realizar un video relacionado con la parroquia Baquerizo Moreno, promocionando las Cascadas: La Toma, ¿Pugse y el Cañón Bravo?

- (.....) Totalmente de acuerdo
- (.....) De acuerdo
- (.....) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- (.....) En desacuerdo
- (.....) Totalmente en desacuerdo

Pregunta 10. ¿Cree que la difusión de las Cascadas: ¿La Toma, Pugse y el Cañón Bravo mediante un video incrementará el número de turistas al lugar?

- (.....) Totalmente de acuerdo
- (.....) De acuerdo
- (.....) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- (.....) En desacuerdo
- (.....) Totalmente en desacuerdo

Aplicación, Ficha inventario de atractivos turísticos

Ficha inventario de atractivos turísticos: Cascada La Toma



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022)

1. Datos generales

Ficha número:	001
Fecha:	14 de julio del 2022
Encuestador:	Christian Torres
Tutor:	Lic. Mario Romo, Mg.
Categoría:	Atractivos Naturales
Tipo:	Ríos
Subtipo:	Cascada

2. Ubicación

Latitud:	-1.19460
Longitud:	-78.47023
Provincia:	Tungurahua

Ciudad Y/O Cantón:	Pillaro
Localidad:	Baquerizo Moreno
Tipo de Propietario	GAD. Baquerizo Moreno
Nombre del Propietario:	Sr. Diego Soria
Cargo:	Presidente Parroquial

3. Descripción del Atractivo

Se encuentra a 3259msnm, se accede a través del sendero Acus Quinuales. Presenta dos caídas de agua, de 7m y 15m de altura aproximadamente; alrededor de ella se puede observar especies de orquídeas y vegetación de bosque matorral húmedo. Es posible observar huellas recientes de la presencia de osos de anteojos.

4. Características del atractivo

Altura:	3259 m.s.n.m
Temperatura:	10 C
Clima:	Ecuatorial Mesotérmico Semi Húmedo a Húmedo
Precipitación Pluviométrica (mm):	765mm
Línea del producto que pertenece el atractivo:	Naturaleza
Ingreso al atractivo:	Libre

5. Accesibilidad y Conectividad al atractivo

Nombre del poblado más cercano:	v	Parroquia Baquerizo Moreno
Distancia (Km):		9.6 Km
Distancia (Min):		30 min
Vías de acceso:		
Terrestre:		Vías de primer orden con asfaltado

Servicio de transporte:

Transporte: Carros 4x4 y Camioneta

Señalización:

Señalización aproximándose al atractivo: Si existe

Estado: Bueno

6. Planta turística / Complementarios

Alojamiento:

• **En el atractivo** No existe

• **En el poblado cercano** Si existe

Tipo de alojamiento: Casa de Huéspedes

Alimentos y Bebidas:

• **En el atractivo:** No existe

• **En el poblado cercano:** Si existe

Tipo de alimentos y bebidas: Restaurante

Numero de restaurantes: 3

Número de mesas: 26

Número de Plazas: 104

Guías:

• **En el atractivo:** No existe

• **En el poblado cercano:** Si existe

Guías locales: 4

Tipos de facilidades del entorno al atractivo

Categoría: De recorrido y descanso

Tipo: Sendero

Numero: 1

Accesibilidad: Universal

7. Estado de conservación

- **En el atractivo**

Estado: Conservado

Factores de alteración y deterioro (M)

Naturales: Erosión e Humedad

- **En el poblado cercano**

Estado: Conservado

Factores de alteración y deterioro (M)

Naturales: Erosión e Humedad

8. Higiene y Seguridad Turística

Servicios Básicos:

- **En el atractivo:**

No existe

- **En el poblado cercano:**

Agua Potable: Si existe

Especifique: Corriente de agua para los distintos usos.

Energía Eléctrica: Si existe

Especifique: Postes de luz

Saneamiento: Si existe

Especifique: Baños públicos

Señalética del atractivo:

Ambiente: Área natural

Tipos: Señales turísticas de aproximación

Material: Madera

Estado: Bueno

Salud

• **En el atractivo:** No existe

• **En el poblado cercano:**

Centro de salud: Emilio María Terán

9. Actividades que se practican

- Observación de flora y fauna
- Caminata
- Senderismo
- Actividades Recreativas

10. Asociación con otros atractivos.

• **Nombre:** Cascada Pugse

Distancia: 1 km

• **Nombre:** Cascada cañón bravo

• **Distancia:** 2 km

Ficha para inventario de atractivo turísticos: Cascada Pugse



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022)

1. Datos generales

Ficha número:	002
Fecha:	14 de julio del 2022
Encuestador:	Christian Torres
Tutor:	Lic. Mario Romo, Mg.
Categoría:	Atractivos Naturales
Tipo:	Ríos
Subtipo:	Cascada

2. Ubicación

Latitud:	-1.19830
Longitud:	-78.47089

Provincia:	Tungurahua
Ciudad Y/O Cantón:	Pillaro
Localidad:	Baquerizo Moreno
Tipo de Propietario	GAD. Baquerizo Moreno
Nombre del Propietario:	Sr. Diego Soria
Cargo:	Presidente Parroquial

3.Descripción del Atractivo

Se encuentra a 3.316 msnm Su nombre se debe a la presencia de abundantes plantas conocidas como Pugse (Gunnera quitensis), cuyas hojas son tan anchas que en algunos casos sobrepasan los tres metros de diámetro. Se accede a través del sendero Acus Quinales en medio del bosque. Posee una caída de 20 metros aproximadamente. Sus aguas son limpias y cristalinas.

4. Características del atractivo

Altura:	3316 m.s.n.m
Temperatura:	10 C
Clima:	Ecuatorial Mesotérmico Semi Húmedo a Húmedo
Precipitación Pluviométrica (mm):	765mm
Línea del producto que pertenece el atractivo:	Naturaleza
Ingreso al atractivo:	Libre

5. Accesibilidad y Conectividad al atractivo

Nombre del poblado más cercano:	v	Parroquia Baquerizo Moreno
Distancia (Km):		9.6 Km
Distancia (Min):		30 min
Vías de acceso:		
Terrestre:		Vías de primer orden con asfaltado
Servicio de transporte:		
Transporte:		Carros 4x4 y Camioneta
Señalización:		

Señalización aproximándose al atractivo: Si existe

Estado: Bueno

6. Planta turística / Complementarios

Alojamiento:

• **En el atractivo** No existe

• **En el poblado cercano** Si existe

Tipo de alojamiento: Casa de Huéspedes

Alimentos y Bebidas:

• **En el atractivo:** No existe

• **En el poblado cercano:** Si existe

Tipo de alimentos y bebidas: Restaurante

Numero de restaurantes: 3

Número de mesas: 26

Número de Plazas: 104

Guías:

• **En el atractivo:** No existe

• **En el poblado cercano:** Si existe

Guías locales: 4

Tipos de facilidades del entorno al atractivo

Categoría: De recorrido y descanso

Tipo: Sendero

Numero: 1

Accesibilidad: Universal

7. Estado de conservación

- **En el atractivo**

Estado: Conservado

Factores de alteración y deterioro (M)

Naturales: Erosión e Humedad

- **En el poblado cercano**

Estado: Conservado

Factores de alteración y deterioro (M)

Naturales: Erosión e Humedad

8. Higiene y Seguridad Turística

Servicios Básicos:

- **En el atractivo:** No existe

- **En el poblado cercano:**

Agua Potable: Si existe

Especifique: Corriente de agua para los distintos usos.

Energía Eléctrica: Si existe

Especifique: Postes de luz

Saneamiento: Si existe

Especifique: Baños públicos

Señalética del atractivo:

Ambiente: Área natural

Tipos: Señales turísticas de aproximación

Material: Madera

Estado: Bueno

Salud

- **En el atractivo:** No existe
- **En el poblado cercano:**
Centro de salud: Emilio Maria Teran

9.Actividades que se practican

- Observación de flora y fauna
- Caminata
- Senderismo
- Actividades Recreativas

10. Asociación con otros atractivos.

- **Nombre:** Cascada La Toma
Distancia: 1 km
- **Nombre:** Cascada cañón bravo
Distancia: 2 km

Ficha para inventario de atractivos Turísticos: Cascada Cañón Bravo



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022)

1. Datos generales

Ficha número:	003
Fecha:	14 de julio del 2022
Encuestador:	Christian Torres
Tutor:	Lic. Mario Romo, Mg.
Categoría:	Atractivos Naturales
Tipo:	Ríos
Subtipo:	Cascada

2. Ubicación

Latitud:	-1.19484
Longitud:	-78.47058
Provincia:	Tungurahua
Ciudad Y/O Cantón:	Pillaro
Localidad:	Baquerizo Moreno
Tipo de Propietario	GAD. Baquerizo Moreno
Nombre del Propietario:	Sr. Diego Soria
Cargo:	Presidente Parroquial

3. Descripción del Atractivo

Se encuentra a 3.239 msnm, su acceso es a través del sendero Acus Quinuales, se originó por la erupción del volcán Quinuales en el año 1.797, sus aguas son cristalinas, tiene una caída de 30 metros aproximadamente. Se puede encontrar plantas endémicas de la zona.

4. Características del atractivo

Altura:	3239 m.s.n.m
Temperatura:	10 C
Clima:	Ecuatorial Mesotérmico Semi Húmedo a Húmedo
Precipitación Pluviométrica (mm):	765mm
Línea del producto que pertenece el atractivo:	Naturaleza
Ingreso al atractivo:	Libre

5. Accesibilidad y Conectividad al atractivo

Nombre del poblado más cercano:	Parroquia Baquerizo Moreno
Distancia (Km):	9.6 Km
Distancia (Min):	30 min
Vías de acceso:	
Terrestre:	Vías de primer orden con asfaltado
Servicio de transporte:	
Transporte:	Carros 4x4 y Camioneta
Señalización;	
Señalización aproximándose al atractivo:	Si existe
Estado:	Bueno

6. Planta turística / Complementarios

Alojamiento:

- **En el atractivo** No existe

- **En el poblado cercano** **Si existe**
Tipo de alojamiento: Casa de Huéspedes

Alimentos y Bebidas:

- **En el atractivo:** No existe
- **En el poblado cercano:** Si existe
Tipo de alimentos y bebidas: Restaurante
Numero de restaurantes: 3
Número de mesas: 26
Número de Plazas: 104
Guías:
- **En el atractivo:** No existe
- **En el poblado cercano:** Si existe
Guías locales: 4

Tipos de facilidades del entorno al atractivo

- Categoría:** De recorrido y descanso
- Tipo:** Sendero
- Numero:** 1
- Accesibilidad:** Universal

7. Estado de conservación

- **En el atractivo**
Estado: Conservado

Factores de alteración y deterioro (M)

- Naturales:** Erosión e Humedad

- **En el poblado cercano**

Estado: Conservado

Factores de alteración y deterioro (M)

Naturales: Erosión e Humedad

8. Higiene y Seguridad Turística

Servicios Básicos:

- **En el atractivo:** No existe

- **En el poblado cercano:**

Agua Potable: Si existe

Especifique: Corriente de agua para los distintos usos.

Energía Eléctrica: Si existe

Especifique: Postes de luz

Saneamiento: Si existe

Especifique: Baños públicos

Señalética del atractivo:

Ambiente: Área natural

Tipos: Señales turísticas de aproximación

Material: Madera

Estado: Bueno

Salud

- **En el atractivo:** No existe

- **En el poblado cercano:**

Centro de salud: Emilio María Terán

9. Actividades que se practican

- Observación de flora y fauna
- Caminata
- Senderismo
- Actividades Recreativas

10. Asociación con otros atractivos.

- **Nombre:** Cascada La Toma
- **Distancia:** 3 km
- **Nombre:** Cascada cañón bravo
- **Distancia:** 2 km

Ficha inventario de Sitio Natural: Rio Pucahuaico



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022)

1. Datos generales

Ficha número:	004
Fecha:	14 de julio del 2022
Encuestador:	Christian Torres
Tutor:	Lic. Mario Romo, Mg.
Categoría:	Sitios Naturales
Tipo:	Ríos
Subtipo:	Cascada

2. Ubicación

Latitud:	-1.22448
Longitud:	-78.51376
Provincia:	Tungurahua
Ciudad Y/O Cantón:	Pillaro
Localidad:	Baquerizo Moreno
Tipo de Propietario	GAD. Baquerizo Moreno

Nombre del Propietario: Sr. Diego Soria
Cargo: Presidente Parroquial

3.Descripcion del Atractivo

Es un rio estado joven de aguas blancas, presenta desniveles a lo largo de su cauce, se origina en las vertientes interiores de la Cordillera Oriental de los Andes, su nombre enquichua significa: Quebrada Rota.

4. Características del atractivo

Altura: 3481 m.s.n.m
Temperatura: 10 C
Clima: Ecuatorial Mesotérmico Semi Húmedo a Húmedo
Precipitación Pluviométrica (mm): 765mm
Línea del producto que pertenece el atractivo: Naturaleza
Ingreso al atractivo: Libre

5. Accesibilidad y Conectividad al atractivo

Nombre del poblado más cercano: v Parroquia Baquerizo Moreno
Distancia (Km): 9.6 Km
Distancia (Min): 30 min
Vías de acceso:
Terrestre: Vías de primer orden con asfaltado
Servicio de transporte:
Transporte: Carros 4x4 y Camioneta
Señalización;
Señalización aproximándose al atractivo: Si existe
Estado: Bueno

6. Planta turística / Complementarios

Alojamiento:

- **En el atractivo** No existe
 - **En el poblado cercano** Si existe
- Tipo de alojamiento:** Casa de Huéspedes

Alimentos y Bebidas:

- **En el atractivo:** No existe
 - **En el poblado cercano:** Si existe
- Tipo de alimentos y bebidas:** Restaurante
- Numero de restaurantes:** 3
- Número de mesas:** 26
- Número de Plazas:** 104

Guías:

- **En el atractivo:** No existe
 - **En el poblado cercano:** Si existe
- Guías locales:** 4

Tipos de facilidades del entorno al atractivo

- Categoría:** De recorrido y descanso
- Tipo:** Sendero
- Numero:** 1
- Accesibilidad:** Universal

7. Estado de conservación

- **En el atractivo**
- Estado:** Conservado

Factores de alteración y deterioro (M)

- Naturales:** Erosión e Humedad

- **En el poblado cercano**

Estado: Conservado

Factores de alteración y deterioro (M)

Naturales: Erosión e Humedad

8. Higiene y Seguridad Turística

Servicios Básicos:

- **En el atractivo:** No existe

- **En el poblado cercano:**

Agua Potable: Si existe

Especifique: Corriente de agua para los distintos usos.

Energía Eléctrica: Si existe

Especifique: Postes de luz

Saneamiento: Si existe

Especifique: Baños públicos

Señalética del atractivo:

Ambiente: Área natural

Tipos: Señales turísticas de aproximación

Material: Madera

Estado: Bueno

Salud

- **En el atractivo:** No existe

- **En el poblado cercano:**

Centro de salud: Emilio María Terán

9.Actividades que se practican

- Observación de flora y fauna

10. Asociación con otros atractivos.

- **Nombre:** Cascada La Toma
Distancia: 2 km
- **Nombre:** Cascada cañón bravo
Distancia: 1km

Ficha inventario del Sitio Natural: Bosque Montano



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022)

1. Datos generales

Ficha número:	005
Fecha:	14 de julio del 2022
Encuestador:	Christian Torres
Tutor:	Lic. Mario Romo, Mg.
Categoría:	Sitios Naturales
Tipo:	Bosques
Subtipo:	Cejas de Selva

2. Ubicación

Latitud:	- 1.21245
Longitud:	- -78.46405
Provincia:	Tungurahua
Ciudad Y/O Cantón:	Pillaro
Localidad:	Baquerizo Moreno

Tipo de Propietario	GAD. Baquerizo Moreno
Nombre del Propietario:	Sr. Diego Soria
Cargo:	Presidente Parroquial

3.Descripcion del Atractivo

Es un bosque que se encuentra en el bosque nublado y el páramo, y se caracteriza por la presencia de hojas gruesas y tallos retorcidos, los troncos de los árboles y el suelo están cubiertos por mayoría de plantas epifitas vasculares

4. Características del atractivo

Altura:	3200m.s.n.m
Temperatura:	10 C
Clima:	Ecuatorial Mesotérmico Semi Húmedo a Húmedo
Precipitación Pluviométrica (mm):	765mm
Línea del producto que pertenece el atractivo:	Naturaleza
Ingreso al atractivo:	Libre

5. Accesibilidad y Conectividad al atractivo

Nombre del poblado más cercano:	v	Parroquia Baquerizo Moreno
Distancia (Km):		9.6 Km
Distancia (Min):		30 min
Vías de acceso:		
Terrestre:		Vías de primer orden con asfaltado
Servicio de transporte:		
Transporte:		Carros 4x4 y Camioneta
Señalización;		
Señalización aproximándose al atractivo:		Si existe
Estado:		Bueno

6. Planta turística / Complementarios

Alojamiento:

- **En el atractivo** No existe
 - **En el poblado cercano** Si existe
- Tipo de alojamiento:** Casa de Huéspedes

Alimentos y Bebidas:

- **En el atractivo:** No existe
 - **En el poblado cercano:** Si existe
- Tipo de alimentos y bebidas:** Restaurante
- Numero de restaurantes:** 3
- Número de mesas:** 26
- Número de Plazas:** 104

Guías:

- **En el atractivo:** No existe
 - **En el poblado cercano:** Si existe
- Guías locales:** 4

Tipos de facilidades del entorno al atractivo

- Categoría:** De recorrido y descanso
- Tipo:** Sendero
- Numero:** 1
- Accesibilidad:** Universal

7. Estado de conservación

- **En el atractivo**
- Estado:** Conservado

Factores de alteración y deterioro (M)

Naturales: Erosión e Humedad

- **En el poblado cercano**

Estado: Conservado

Factores de alteración y deterioro (M)

Naturales: Erosión e Humedad

8. Higiene y Seguridad Turística

Servicios Básicos:

- **En el atractivo:** No existe

- **En el poblado cercano:**
 - Agua Potable:** Si existe
Especifique: Corriente de agua para los distintos usos.
 - Energía Eléctrica:** Si existe
Especifique: Postes de luz
 - Saneamiento:** Si existe
Especifique: Baños públicos

Señalética del atractivo:

Ambiente: Area natural
Tipos: Señales turísticas de aproximación
Material: Madera
Estado: Bueno

Salud

- **En el atractivo:** No existe

- **En el poblado cercano:**
Centro de salud: Emilio María Terán

9. Actividades que se practican

- Observación de flora y fauna
- Caminata
- Senderismo

10. Asociación con otros atractivos.

- **Nombre:** Cascada La Toma
Distancia: 1 km
- **Nombre:** Cascada cañón bravo
Distancia: 1.5 km

Sitio Natural: Montaña Quinuales



Elaborado por: Christian Patricio Torres Lozada (2022)

1. Datos generales

Ficha número:	006
Fecha:	14 de julio del 2022
Encuestador:	Christian Torres
Tutor:	Lic. Mario Romo, Mg.
Categoría:	Sitios Naturales
Tipo:	Montaña
Subtipo:	Media Montaña

2. Ubicación

Latitud:	-1.213994,
Longitud:	=-78.46594
Provincia:	Tungurahua
Ciudad Y/O Cantón:	Pillaro
Localidad:	Baquerizo Moreno
Tipo de Propietario	GAD. Baquerizo Moreno
Nombre del Propietario:	Sr. Diego Soria
Cargo:	Presidente Parroquial

3.Descripción del Atractivo

Es una montaña con una forma topográfica de un relieve terrestre, se caracteriza por su altitud, y más generalmente por su altura relativa, e incluso, por su volumen, espaciado, pendiente o continuidad.

4. Características del atractivo

Altura:	3300m.s.n.m
Temperatura:	10 C
Clima:	Ecuatorial Mesotérmico Semi Húmedo a Húmedo
Precipitación Pluviométrica (mm):	765mm
Línea del producto que pertenece el atractivo:	Naturaleza
Ingreso al atractivo:	Libre

5. Accesibilidad y Conectividad al atractivo

Nombre del poblado más cercano:	v	Parroquia Baquerizo Moreno
Distancia (Km):		9.6 Km
Distancia (Min):		30 min
Vías de acceso:		
Terrestre:		Vías de primer orden con asfaltado
Servicio de transporte:		
Transporte:		Carros 4x4 y Camioneta
Señalización;		
Señalización aproximándose al atractivo:		Si existe
Estado:		Bueno

6. Planta turística / Complementarios

Alojamiento:

- **En el atractivo** No existe

- **En el poblado cercano** **Si existe**
Tipo de alojamiento: Casa de Huéspedes

Alimentos y Bebidas:

- **En el atractivo:** No existe
- **En el poblado cercano:** Si existe
Tipo de alimentos y bebidas: Restaurante
Numero de restaurantes: 3
Número de mesas: 26
Número de Plazas: 104

Guías:

- **En el atractivo:** No existe
- **En el poblado cercano:** Si existe
Guías locales: 4

Tipos de facilidades del entorno al atractivo

- Categoría:** De recorrido y descanso
- Tipo:** Sendero
- Numero:** 1
- Accesibilidad:** Universal

7. Estado de conservación

- **En el atractivo**
Estado: Conservado

Factores de alteración y deterioro (M)

- Naturales:** Erosión e Humedad

- **En el poblado cercano**
Estado: Conservado

Factores de alteración y deterioro (M)

- Naturales: Erosión e Humedad

8. Higiene y Seguridad Turística

Servicios Básicos:

- **En el atractivo:** No existe
- **En el poblado cercano:**
 - Agua Potable:** Si existe
Especifique: Corriente de agua para los distintos usos.
 - Energía Eléctrica:** Si existe
Especifique: Postes de luz
 - Saneamiento:** Si existe
Especifique: Baños públicos

Señalética del atractivo:

- Ambiente:** Área natural
- Tipos:** Señales turísticas de aproximación
- Material:** Madera
- Estado:** Bueno

Salud

- **En el atractivo:** No existe
- **En el poblado cercano:**
 - Centro de salud:** Emilio María Terán

9. Actividades que se practican

- Observación de flora y fauna

- Caminata
- Senderismo

10. Asociación con otros atractivos.

- **Nombre:** Cascada La Toma
- **Distancia:** 2 km
- **Nombre:** Cascada cañón bravo
- **Distancia:** 2.5 km