



**ESPE**

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS**

**INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA**

**EXTENSIÓN LATACUNGA**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA  
Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**TEMA: PROPUESTA DE DISEÑO DE UN OBSERVATORIO  
TURÍSTICO EN LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO**

**AUTORAS: ARACELY DEL PILAR MARTÍNEZ CHARIGUAMÁN  
RAQUEL DE LOS ANGELES VARGAS SALAZAR**

**DIRECTOR: ING. CRISTIAN MOLINA Q.**

**LATACUNGA**

**2016**



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

## DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

### CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

#### CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “PROPUESTA DE DISEÑO DE UN OBSERVATORIO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO” realizado por las señoritas: Aracely del Pilar Martínez Chariguamán y Raquel de los Ángeles Vargas Salazar ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo que cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a las señoritas Martínez Chariguamán Aracely del Pilar y Vargas Salazar Raquel de los Ángeles para que lo sustenten públicamente.

Latacunga, 29 de Julio del 2016

Una firma manuscrita en tinta azul que parece decir 'Cristian R. Molina Quinteros'.

CRISTIAN RODRIGO MOLINA QUINTEROS  
DIRECTOR



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Aracely del Pilar Martínez Chariguamán, con cédula de identidad N° 0503576100 y Raquel de los Angeles Vargas Salazar, con cédula de identidad N° 0503586554, declaramos que este trabajo de titulación “PROPUESTA DE DISEÑO DE UN OBSERVATORIO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO” ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ellos nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Latacunga, 29 de Julio del 2016

Aracely del Pilar Martínez Chariguamán  
C.C.: 0503576100

Raquel de los Angeles Vargas Salazar  
C.C.: 0503586554



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Aracely del Pilar Martínez Chariguamán, con cédula de identidad N° 0503576100 y Raquel de los Angeles Vargas Salazar, con cédula de identidad N° 0503586554, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación “PROPUESTA DE DISEÑO DE UN OBSERVATORIO TURISTICO EN LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO” cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

Latacunga, 29 de Julio del 2016

Aracely del Pilar Martínez Chariguamán  
C.C.: 0503576100

Raquel de los Antgeles Vargas Salazar  
C.C.: 0503586554

## DEDICATORIA

*Dedico este proyecto a mi Señor Jesús, a mi madre santísima Virgen María quienes me dieron fe, salud, fortaleza y la esperanza para finalizar este proyecto, dedico a mis seres amados quienes son mi principal fuente de motivación:*

*A usted mami María Chariguamán por ser parte de mis tristezas, alegrías, enfermedades por darme el apoyo incondicional por siempre permanecer luchando cada día para nosotros sus hijos y por brindarme siempre una sonrisa.*

*A usted papito Byron Martínez por permanecer a mi lado en ocasiones especiales de mi vida por ser esa personita quien siempre se preocupa por el cómo estoy diariamente gracias por todo su cariño.*

*A ustedes hermanos míos Mariana por ser mi ejemplo a seguir con tu responsabilidad y dedicación en cada una de las cosas que haces con tus deseos de superación constantes, y a ti Junior por siempre brindarme el apoyo necesario con tus palabritas de aprecio, también dedico mi trabajo a todas las personas que creyeron en mí a los que no también de igual manera*

*Familia mía los quiero mucho son mi razón de ser.*

*Aracely*

## DEDICATORIA

*Quiero dedicar este trabajo a Dios y a la Virgencita del Quinche por darme salud y vida para poder llegar ahora donde estoy.*

*A mis padres Carmen y Hernán por ser los pilares fundamentales en mi vida diaria, que gracias a ellos llegue a culminar mi meta propuesta, gracias por ser mi guía y formarme con sus valores diarias a ser cada día mejor persona y ahora una buena profesional.*

*De igual forma a mi querido hermano Diego por estar siempre pendiente de mí y de mis estudios, por ese apoyo que solo un hermano mayor puede dar a su hermana.*

*Finalmente a mi amado esposo Santiago por ser el compañero y ese amigo incondicional, estando en los buenos y en los malos momentos, así como a mi pequeña hija Monserrath quien es mi pequeña inspiración para seguir adelante.*

*Raquel*

## AGRADECIMIENTO

*Primeramente agradezco a Dios y mi Virgencita creadores de todas las cosas que me han dado la fortaleza de seguir adelante no caer ante los problemas y ponerme siempre la solución ante ellos por darme la oportunidad de cada día seguir respirando y ayudarme a ser mejor persona.*

*Agradezco a mis padres Byron Martínez y María Chariguamán por enseñarme que la humildad es lo más valioso que tiene una persona por apoyarme moral y económicamente en toda mi vida estudiantil que con cada palabra de aliento me han permitido seguir dando pasos seguros, a mis hermanos Mariana y Byron por tenerme la paciencia con mi carácter un poco extraño pero siempre pudieron darme sus apoyo cuando más lo necesitaba.*

*También agradezco a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPEL por haberme aceptado ser parte de ella y darme la oportunidad de tener unos docentes de calidad quienes aportaron con sus ilustraciones cada año de estudios, a mi Tutor Ing. Cristian Molina y la Dr. Magda Tejas quienes con paciencia y altos conocimientos hicieron que este proyecto de investigación se vaya desarrollando y sea posible.*

*Agradezco a cada uno de mis compañeros que fueron parte de todos los años de la carrera el enseñarme lo importante que es trabajar en conjunto ya que la unión hace la fuerza y más aun a Raquel Vargas quien es mi compañerita de tesis por soportarme las largas horas de trabajo del desarrollo de la tesis, gracias a todos primos, amigos por haberles quitado un poco de su tiempo nombrar a todos sería muy extenso y podría pasarme un nombre y no sería justo ya que cada uno me han brindado su amistad sincera.*

*Para ultimar Agradezco a los diferentes prestadores de servicios turísticos de la parroquia Belisario Quevedo que sirvieron de mucha ayuda para la realización del proyecto.*

*Aracely*

## AGRADECIMIENTO

*El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecer a mi Dios y a la Virgencita del Quinche por bendecirme llegar hasta donde hoy estoy, porque hizo realidad un sueño anhelado.*

*A mis padres por su apoyo incondicional tanto económicamente como espiritualmente, así como a mi hermano por apoyarme constantemente, gracias por todo lo que han hecho por mí.*

*A mi querido y amado esposo por ser esa persona ejemplar en mi vida y a mi pequeña hija por ser el motor de inspiración para llevar a culminar mis metas propuestas.*

*A la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L quienes me abrieron las puertas para estudiar en tan prestigiosa institución y ser parte de ella al convivir con mis diferentes maestros que con un granito de arena aportaron para mi formación académica y poder ser profesional.*

*A mi director de tesis, Ingeniero Cristian Molina y a la Dra. Magda Tejas quienes con sus conocimientos, experiencias, paciencia y su motivación han logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.*

*De la misma manera agradecerle a mi amiga y compañera Aracely Martínez por permitirme compartir un triunfo y una meta juntas al ser profesionales.*

*Para ellos muchas gracias y mis bendiciones.*

*Raquel*



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>PORTADA</b> .....	<b>i</b>
<b>CERTIFICACIÓN</b> .....	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD</b> .....	<b>iii</b>
<b>AUTORIZACIÓN</b> .....	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>v</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b> .....	<b>ix</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>xv</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xviii</b>

## CAPÍTULO I

<b>PROBLEMA</b> .....	<b>1</b>
1.1. Planteamiento del problema .....	1
1.1.1. Formulación del Problema .....	2
1.2. Antecedentes.....	2
1.3. Justificación e importancia.....	3
1.4. Objetivos del estudio .....	4
1.4.1. Objetivo General .....	4
1.4.2. Objetivos Específicos .....	4

## CAPÍTULO II

<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>5</b>
2.1. Antecedentes de la investigación.....	5
2.2. Diseño .....	6
2.2.1. Diseño de investigación .....	6
2.3. Observatorio .....	7
2.3.1. Tipos de observatorio.....	7
2.4. Turismo .....	9
2.4.1. Escala global de turismo .....	10
2.4.2. Turismo sustentable .....	10

2.4.3.	Tipos de turismo.....	11
2.5.	El turismo como actividad económica y social .....	23
2.6.	Indicadores estadísticos .....	27
2.6.1.	Indicadores .....	27
2.7.	Métodos de difusión de información.....	29
2.7.1.	Principios de difusión .....	29
2.8.	Las Pequeñas y medianas empresas turísticas locales .....	32
2.9.	Fundamentación legal.....	33
2.9.1.	Constitución del Ecuador .....	33
2.9.2.	Ley de turismo .....	33
2.9.3.	Plan Nacional para el Buen Vivir .....	36
2.10.	Sistemas de variables.....	38
2.10.1.	Variable dependiente .....	38
2.10.2.	Variable independiente.....	38
2.11.	Hipótesis o Idea a defender .....	38
2.11.1.	Cuadro de operacionalización de las variables .....	39

### **CAPÍTULO III**

<b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>43</b>	
3.1.	Metodología.....	43
3.1.1.	Enfoque cuantitativo.....	43
3.1.2.	Enfoque cualitativo.....	43
3.2.	Tipos de investigación .....	44
3.2.1.	Investigación de campo.....	44
3.2.2.	Investigación bibliográfica .....	44
3.2.3.	Investigación descriptiva .....	45
3.3.	Métodos.....	45
3.3.1.	Método Deductivo .....	45
3.3.2.	Método inductivo .....	46
3.3.3.	Método analítico.....	46
3.4.	Técnicas e instrumentos .....	46
3.4.1.	Entrevista.....	47
3.4.2.	Encuesta.....	47

3.5.	Población y muestra .....	47
3.5.1.	Muestra .....	49
3.6.	Técnica de recolección de datos.....	50
3.6.1.	Instrumentos .....	51
3.6.2.	Análisis e interpretación de resultados .....	51
3.7.	Comprobación de hipótesis .....	84

## **CAPÍTULO IV**

<b>PROPUESTA .....</b>	<b>86</b>	
4.1.	Datos Informativos.....	86
4.2.	Antecedentes de la propuesta .....	87
4.3.	Descripción de la propuesta .....	88
4.4.	Justificación de la propuesta.....	89
4.5.	Objetivos:.....	89
4.6.	Análisis del entorno .....	90
4.7.	Análisis de la oferta y la demanda .....	92
4.8.	Plan estratégico .....	93
4.9.	Análisis legal.....	107
4.10.	Difusión .....	108

<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>131</b>
--------------------------	------------

<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>132</b>
-----------------------------	------------

<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>133</b>
--------------------------	------------

<b>LINKOGRAFÍA.....</b>	<b>135</b>
-------------------------	------------

<b>ANEXOS.....</b>	<b>137</b>
--------------------	------------

**Anexo N° 1:** Facilidades Turísticas de la Parroquia Belisario Quevedo

**Anexo N° 2:** Barrios de la Parroquia Belisario Quevedo

**Anexo N° 3:** Cuestionario Prestador Turístico

**Anexo N° 4:** Cuestionario Turistas

**Anexo N° 5:** Guía de Entrevista al Presidente

**Anexo N° 6:** Guía de Entrevista a un representante de Agencia de Viaje

**Anexo N° 7:** Ficha de Datos de Identificación

**Anexo N° 8:** Componentes Económicos Productivo

**Anexo N° 9:** Fotos

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Variable independiente Observatorio Turístico.....	39
Tabla N° 2: Variable dependiente Información turística .....	41
Tabla N° 3: Prestadores de servicios turísticos.....	48
Tabla N° 4: Simbología.....	50
Tabla N° 5: Actividad que desempeña la empresa .....	52
Tabla N° 6 : Otra actividad.....	53
Tabla N° 7: Tiempo de las empresas en el mercado.....	54
Tabla N° 8: Capacidad instalada.....	55
Tabla N° 9: Meses de mayor acogida .....	56
Tabla N° 10: Dispuso datos .....	57
Tabla N° 11: Información turística.....	58
Tabla N° 12: Organismo a proporcionar información .....	59
Tabla N° 13: Dispuestos a dar información de las empresas .....	60
Tabla N° 14: Tipo de turistas que más visitan .....	61
Tabla N° 15: Conoce lo que es un Observatorio Turístico .....	62
Tabla N° 16: Ingreso económico promedio de las empresas .....	63
Tabla N° 17: Edad .....	64
Tabla N° 18: Género.....	65
Tabla N° 19: Nacionalidad .....	66
Tabla N° 20: Nivel de instrucción .....	67
Tabla N° 21: Ocupación.....	68
Tabla N° 22: Ingresos mensuales .....	69
Tabla N° 23: Frecuencia de visita .....	70
Tabla N° 24: Actividad turística.....	71
Tabla N° 25: Gastronomía .....	72
Tabla N° 26: Deportes .....	73
Tabla N° 27: Alojamiento .....	74
Tabla N° 28: Tiempo de estadía .....	75
Tabla N° 29: Con quien viaja .....	76
Tabla N° 30: Medio de transporte .....	77
Tabla N° 31: Gasto económico .....	78
Tabla N° 32: Servicio que más gasto de dinero origina.....	79

Tabla N° 33: Calificación del servicio turístico.....	80
Tabla N° 34: Información y señaléticas.....	81
Tabla N° 35: Entrevista Presidente de la parroquia .....	82
Tabla N° 36: Entrevista representante de agencias de viajes .....	83
Tabla N° 37: Comprobación de Hipótesis .....	84
Tabla N° 38: Prueba del Chi Cuadrado.....	85
Tabla N° 39: Chi Cuadrado.....	85
Tabla N° 40: Datos generales .....	86
Tabla N° 41: Localización optima del Observatorio Turístico .....	90
Tabla N° 42: F.O.D.A.....	94
Tabla N° 43: Estrategias.....	96
Tabla N° 44: Manual de funciones del Administrador.....	98
Tabla N° 45: Manual de funciones del Mantenimiento .....	100
Tabla N° 46: Manual de funciones Operador .....	102
Tabla N° 47: Colores corporativos .....	109

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Causas y Efectos del problema .....	2
Figura 2: Líneas y variedades de productos específicos del Ecuador .....	11
Figura 3 Técnicas e instrumentos .....	47
Figura 4: Actividad que desempeña la empresa .....	52
Figura 5: Otra actividad .....	53
Figura 6: Tiempo de las empresas en el mercado .....	54
Figura 7: Capacidad instalada .....	55
Figura 8: Meses de mayor acogida .....	56
Figura 9: Dispuso de datos .....	57
Figura 10: Información turística.....	58
Figura 11: Organismo a proporcionar información .....	59
Figura 12: Dispuesto a dar información de las empresas.....	60
Figura 13: Tipo de turista que más visitan .....	61
Figura 14: Conoce lo que es un Observatorio Turístico .....	62
Figura 15: Ingreso económico promedio de las empresas .....	63
Figura 16: Edad .....	64
Figura 17: Género.....	65
Figura 18: Nacionalidad .....	66
Figura 19: Nivel de instrucción.....	67
Figura 20: Ocupación .....	68
Figura 21: Ingresos mensuales.....	69
Figura 22: Frecuencia de visitas .....	70
Figura 23: Actividad turística.....	71
Figura 24: Gastronomía .....	72
Figura 25: Deportes .....	73
Figura 26: Alojamiento .....	74
Figura 27: Tiempo de estadía .....	75
Figura 28: Con quien viaja .....	76
Figura 29: Medio de transporte .....	77
Figura 30: Gasto económico .....	78
Figura 31: Servicio que más gasto de dinero origina .....	79
Figura 32: Calificación del servicio turístico .....	80

Figura 33: Información y señaléticas .....	81
Figura 34: Nivel de confianza .....	85
Figura 35: Mapa Base de la Parroquia de Belisario Quevedo .....	87
Figura 36: Estructura del personal .....	97
Figura 37: Flujograma.....	104
Figura 38: Metodología de trabajo .....	105
Figura 39: Elementos del Sistema Turístico.....	106
Figura 40: Logo .....	108



## RESUMEN

El presente proyecto de investigación consta de cuatro capítulos, siendo el primero el problema, la inexistencia de información técnica en la parroquia Belisario Quevedo en el ámbito turístico y hotelero, en cuanto a esto se genera varios inconvenientes entre prestadores de servicios turísticos para la realización de estrategias logrando brindar información útil al turista al momento que decida visitar la parroquia. De la misma manera se plantean objetivos a desarrollar en el transcurso de la investigación, tal es el caso de proponer el diseño de un Observatorio Turístico de la parroquia Belisario Quevedo para la generación técnica de información turística, en el capítulo II se ubica la conceptualización de la variable independiente Observatorio Turístico y la variable dependiente información turística, con el fin de ayudar a obtener términos más técnicos al momento de la realización de la propuesta. En el capítulo III se distingue la metodología cualitativa y cuantitativa que se utiliza para la realización de las diferentes encuestas que se ejecuta a los prestadores de servicios turísticos como a los turistas, de la misma manera se aplica unas entrevistas al presidente de la parroquia y a un representante de las Agencias de Viajes del cantón Latacunga, del mismo modo se cumple con un análisis e interpretación de resultados, concluyendo así con el capítulo IV que trata del diseño de la propuesta en el que se da a conocer la estructura orgánica, el personal a cargo, sus funciones, los diferentes materiales que son necesarios para el correcto funcionamiento del Observatorio Turístico.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**
- **OBSERVATORIO TURISTICO - BELISARIO QUEVEDO (COTOPAXI)**
- **PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS**
- **ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN**

## **ABSTRACT**

This research project consists of four chapters, the first problem, the lack of technical information in the parish Belisario Quevedo in the tourist and hotel sector in this regard several drawbacks among tourism service providers is generated to perform making strategies provide useful tourist information at the time you decide to visit the parish. Similarly aims to develop in the course of the investigation, as is the case for proposing the design of a Tourism Observatory of the parish Belisario Quevedo for technical generation of tourist information, in chapter II raised conceptualizing is located tourist the independent variable and the dependent variable Observatory tourist information, in order to help more technical when carrying out the proposed terms. In Chapter III the qualitative and quantitative methodology used for conducting different surveys that runs the tourist service providers and tourists, in the same way distinguishes some interviews applies to the president of the parish and to a representative Travel Agencies canton Latacunga, just as is true with an analysis and interpretation of results, concluding with chapter IV dealing with the design of the proposal in which it disclosed the organizational structure, staff office, functions, different materials that are necessary for the proper functioning of the Tourism Observatory

### **KEYWORDS**

- **TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT**
- **TOURIST OBSERVATORY - BELISARIO QUEVEDO (COTOPAXI)**
- **TOURIST SERVICE**
- **COMMUNICATION STRATEGIES**

## CAPÍTULO I

### PROBLEMA

#### 1.1. Planteamiento del problema

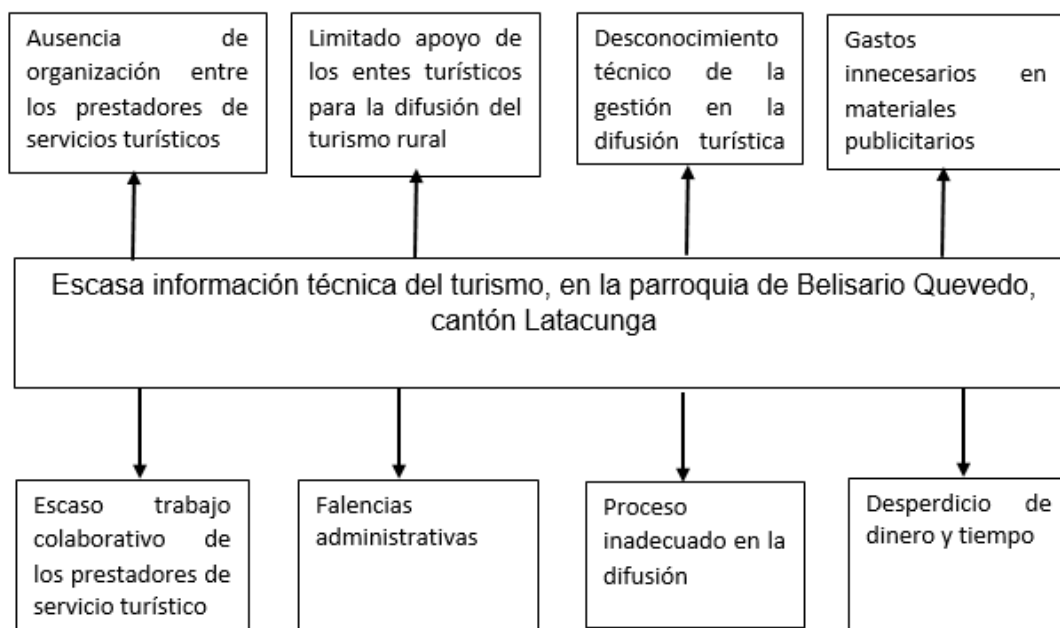
La provincia de Cotopaxi constituye uno de los principales destinos turísticos por el volcán del mismo nombre, aunque en los últimos meses del año 2015 hasta hoy en día se encuentra en estado eruptivo, esto ha venido generando problemas de escases de turistas por ende afecta a los prestadores de servicios turísticos de la provincia, en cuanto a Latacunga por ser la capital y una de las ciudades más concurridas, de igual forma es el caso de la parroquia de Belisario Quevedo.

Dentro de la parroquia ha venido disminuyendo la concurrencia de los turistas en el primer trimestre del año 2016 según las bajas ventas de las personas dedicadas a la actividad turística. La ausencia de organización por parte de los prestadores de servicios turísticos con los administradores de la parroquia Belisario Quevedo, no se ha logrado llegar a un consenso de como tener información técnica del turismo y generar un trabajo colaborativo para poder desempeñar de mejor manera la actividad turística dentro de la misma.

Otro problema surge en las empresas que brindan servicios turísticos por no contar con buenas herramientas que permita medir su capacidad de atención al cliente o a la misma vez no cuentan con indicadores para facilitar la toma de decisiones, lo cual puedan realizar buenas estrategias conociendo así sus fortalezas y debilidades de cada empresa, con esto puedan brindar un servicio de calidad a los turistas nacionales e internacionales cuando decidan visitar la parroquia.

Tomando en cuenta que la mayor de personas desconoce los atractivos turísticos los cuales se encuentran dentro de la parroquia Belisario Quevedo

esto hace a la vez que no se genere ingresos económicos para el desarrollo y adelanto de la misma parroquia.



**Figura 1: Causas y Efectos del problema**

### 1.1.1. Formulación del Problema

¿Cómo incide el Diseño de un Observatorio Turístico en la generación técnica de información turística de la parroquia Belisario Quevedo?

## 1.2. Antecedentes

El turismo es una actividad que incide directamente en los ámbitos económicos, sociales, culturales y ambientales, repercutiendo favorablemente en el desarrollo de las diferentes parroquias, cantones, provincias y en sí de países, razón por la cual se ha constituido como eje dinamizador de economías, basando siempre en su progreso, en la participación estratégica y oportuna de los sectores públicos, privados y comunitarios, por lo que para el alcance del máximo avance de la industria turística es necesario la planificación constante direccionada hacia la sostenibilidad de los recursos empleados, la misma que debe fundamentarse en información estadística de

primera mano y real para la toma de decisiones acertadas en base a las tendencias del mercado, los requerimientos de la demanda, así como también a la satisfacción de las expectativas que desean experimentar los visitantes de un destino turístico.

Cabe mencionar que en la provincia de Cotopaxi cantón Latacunga parroquia de Belisario Quevedo existe mucha actividad turística, tal es el caso del cerro Putzalahua el cual es uno de los principales atractivos turísticos que tiene una altura de 3.515 metros sobre el nivel del mar, en el mismo se puede ascender y descender realizando diferentes actividades turísticas, desde la cumbre de este importante atractivo natural se puede divisar la ciudad de Latacunga y Salcedo así como la cadena montañosa de Los Andes comprendidos desde el volcán Cotopaxi, Iliniza, Tungurahua, el Altar, Carihuairazo y Chimborazo.

### **1.3. Justificación e importancia**

El presente proyecto de investigación aporta en datos reales en cuanto al sector turístico, con el objetivo de generar información técnica logrando competitividad entre las empresas pertenecientes a la parroquia Belisario Quevedo, por otro lado cabe manifestar que no existe un apoyo suficiente por parte de los administradores para el desarrollo de las actividades turísticas parroquiales, así como de lo que sucede con otras provincias que dan el apoyo a las parroquias que cuentan con distintos atractivos naturales y culturales cuya actividad económica principal es el turismo, por esto se ve la necesidad de realizar un plan piloto de un Observatorio Turístico en donde se brinde un informe técnico en cuanto a dar a conocer de una forma completa las actividades que se pueden realizar dentro de la parroquia, las razones de las visitas y el perfil del visitante como la oferta y demanda turística existente.

Por lo tanto se pretende determinar los perfiles de los visitantes que llegan a la parroquia: cuáles son sus motivaciones iniciales, cómo organizan su viaje, que tipo de actividad realizan durante su estancia, cómo valoran la oferta disponible y el viaje en función de sus expectativas iniciales todo esto tomando

en cuenta que no existe ninguna herramienta de comunicación agregada al alcance de los empresarios que recoja toda la información relativa de oferta y demanda ya que la información que manejan es muy dispersa.

De igual forma la presente investigación, aporta con información de calidad que sirve de base en la toma de decisiones de los diferentes servidores turísticos implicados en la parroquia. De la misma manera contribuye al desarrollo del sector turístico del cantón como de la provincia, a fin de lograr en términos de competitividad, un crecimiento consecutivo del mencionado sector de las actividades.

Así como se cree que al proponer el Diseño de un Observatorio Turístico de la parroquia favorece la puesta en marcha de procesos de planificación, no solo a nivel empresarial, sino también a nivel de destino turístico.

#### **1.4. Objetivos del estudio**

##### **1.4.1. Objetivo General**

Proponer el diseño de un Observatorio Turístico en la parroquia Belisario Quevedo para la generación técnica de información turística.

##### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Conceptualizar los componentes teóricos que determinen el diseño de un observatorio turístico.
- Diagnosticar la situación actual de la actividad turística de la parroquia Belisario Quevedo
- Generar una propuesta alternativa de información turística que garantice el diseño de un observatorio turístico.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la investigación**

La presente investigación se realiza mediante una recopilación, análisis, difusión y actualización periódica de la información, esto son los aspectos que rigen en un observatorio turístico, a su vez son espacios de interactividad y negociación entre los actores del turismo, lo cual permite un desarrollo real de esta actividad en la parroquia de Belisario Quevedo.

Cabe manifestar que a nivel mundial existen varios Observatorios Turísticos tal es el caso en Bogotá el cual su observatorio ofrece a los turistas nacionales y extranjeros un instrumento con información práctica y útil, así como el detalle de productos y servicios que les permita satisfacer las necesidades durante su estadía. (Observatorio Turístico de Bogotá, 2016)

Por otra parte hay que mencionar al Observatorio Turístico de Galápagos el cual es creado como una herramienta apoyada por un grupo interinstitucional, que permite generar información actualizada y establecer indicadores para analizar las tendencias de la demanda y la oferta turísticas del sector. (Observatorio Turístico Galapagos, 2016).

Dado esto se puede demostrar que es necesario realizar un Observatorio Turístico en la parroquia Belisario Quevedo para poder fomentar el turismo y dar a conocer información actualizada y veraz, todo ello tiene la finalidad de que los turistas puedan conocer de este sector y satisfacerse de los servicios que presta así como los empresarios turísticos puedan tomar una mejor decisión en la calidad del servicio que brindan.

## **2.2. Diseño**

Según (Budyna A. Richard G y Nisbett J, 2008) diseñar es un proceso innovador y altamente interactivo. También es un proceso de toma de decisiones algunas veces estas deben tomarse con muy poca información, en otras con apenas la cantidad adecuada y toma como referencia con lo manifestado se debe contemplar los parámetros de necesidad y consecuentemente las características que posee el elemento diseñado.

Por otra parte el diseño se encilla como el proceso previo de configuración mental, pre-figuración, en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Por lo cual se utiliza habitualmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas creativas.

De tal forma se puede mencionar lo antes descrito tienen un mismo concepto, el cual hacen mención al proceso que se debe seguir para obtener una solución y un diseño que se desea elaborar, por tal razón en el presente proyecto se toma en cuenta al momento de realizar la propuesta del diseño de un observatorio turístico en la parroquia Belisario Quevedo.

### **2.2.1. Diseño de investigación**

Según (Sampieri, 2007) manifiesta que implica seleccionar uno o más diseños de investigación y aplicarlos al contexto particular de su estudio. El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea. El diseño señala al investigador lo que debe hacer para alcanzar sus objetivos de estudio y para contestar las interrogantes de conocimiento que se ha planteado.

Según (Pardinas, 2000) menciona en su informe a Sabino quien manifiesta que es proporcionar un modelo de verificación que permita contrastar hechos con teorías, y su forma es la de una estrategia o plan general que determina las operaciones necesarias para hacerla.



Al estudiar a estos dos autores se puede mencionar, que el diseño de investigación se refiere a la explicación de un modelo metodológico el cual permita resolver los problemas planteados en la investigación, tal es el caso de las estrategias que se pretende tomar para la recolección de datos como es la parte documental y de campo.

### **2.3. Observatorio**

Observatorio es un lugar adecuado para el análisis del fenómeno social observado; una estructura que posibilita una amplia visión de lo que le rodea. Pero está a la vez advierte que se ha sobreentendido que un observatorio es un dispositivo, una estructura o un lugar físico cargado de instrumentos materiales de observación, y que lo observado es un fenómeno natural. También menciona que se lo define como el conjunto de estructuras que permite obtener una visión amplia de la evolución de determinados fenómenos y acontecimientos sociales. (Urdapilleta, 2006)

Tomando esto como referencia se puede manifestar que es una herramienta que permite tener datos reales mediante esto permitan realizar análisis que se puedan basar para un futuro y puedan tomar decisiones en beneficio del micro-empresario de la parroquia Belisario Quevedo.

#### **2.3.1. Tipos de observatorio**

##### **2.3.1.1. Observatorio turístico**

Según (Santágata H. , 2016) es un centro de recopilación y procesamiento de datos e información, de la actividad turística, que se utiliza para la elaboración de informes y documentos, útiles para una coherente toma de decisiones y para la planificación de acciones ya sea del sector público como del privado.

Por otra parte menciona el mismo autor que es un instrumento que ayuda a la toma de decisiones de la iniciativa privada (empresarios) y pública

(administraciones) de un territorio que se identifica como un destino turístico, real o potencial. (Santágata H. , 2016)

Según (Torres, 2012) el Observatorio Turístico, es un instrumento de investigación científica y de orientación profesional en todo lo que se refiere a las actividades turísticas, que emerge como respuesta a la carencia de información oportuna y veraz para la toma de decisiones gerenciales.

Al comparar lo antes descrito se puede manifestar que el Observatorio Turístico permite tener un conocimiento más amplio de las actividades turísticas en cuanto así ayude a mejorar las estrategias empresariales tanto privadas como públicas.

#### **2.3.1.2. Observatorio cultural**

El Observatorio Cultural, es un instrumento de investigación científica y de orientación profesional en todo lo que se refiere a los procesos culturales de una sociedad. Sus objetivos principales son satisfacer necesidades e identificar tendencias culturales de la misma, a su vez debe contar con conocimientos para actuar en relación a la diversidad cultural. La utilidad primordial del observatorio cultural es permitir una toma de decisiones adecuada en la gestión del patrimonio cultural de una sociedad. (Torres, 2012)

Según la (Organizacion de Estados Iberoamericanos, 2016) un observatorio cultural se proponen investigar las problemáticas del sector Cultural desde las perspectivas de las políticas públicas, analizar el impacto económico que estas producen, recopilar y proporcionar información especializada a órganos de gobierno, instituciones y centros de investigación.

Al estudiar lo antes descrito se puede mencionar que un observatorio cultural aporta en cuanto a la toma de decisiones de los administradores encargados en cuanto a los atractivos culturales, esto sirve de conocimiento para la realización del tipo de observatorio que se pretende realizar en la

parroquia tal es el caso de lo que se debe manejar en el observatorio ya mencionado anteriormente.

## **2.4. Turismo**

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) manifiesta al turismo como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Es un fenómeno de carácter económico, social y cultural, que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal, en fenómeno individual o grupal, del lugar de residencia habitual, con motivos de recreación, descanso, cultural y salud; a otro sitio en el que no se realiza actividad remunerada. Es la suma de relaciones y servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntaria, no motivada por razones de negocios o profesionales (Bermúdez, 2002).

El turismo es un tema de estudio muy amplio y difícil de resumir en un capítulo, dada su densidad social, económica, cultural, psicología, etc. Ya que no se trata de un fenómeno solo económico, sino sobre todo social, por lo que su estudio habrá que tener en cuenta una serie de variables no exclusivamente económicas, sino también sociales psicológica (Rojo, 2000).

En breve se puede manifestar que la Organización Mundial del Turismo y la Academia Internacional de turismo tienen el mismo concepto y el cual se puede definir como el movimiento de las personas de un lugar a otro fuera de su lugar habitual.

### **2.4.1. Escala global de turismo**

Según la (OMT, 1994) estimó la existencia de millones de turistas que generaban 321.466 millones de dólares en ingreso; además predijo que para el año 2000 el turismo sería la actividad económica más importante, superando incluso al comercio de petróleo y de mercancías fabricadas. Para los países desarrollados y en vías de desarrollo es una fuente importante de ganancias de divisas, una fuente de ingresos personales, un generador de empleo y un contribuyente a los ingresos del estado.

Según (Blanco, 2000) el volumen de la actividad turística en una base global no está distribuido uniformemente; en donde menciona a la OMT en el año de 1992 manifiesta que el 62% de las actividades turísticas se producían entre países desarrollados. Esta estadística ilustra el hecho de que el turismo sea disfrutado sobre todo por residentes de países desarrollados que poseen los ingresos necesarios, el tiempo libre suficiente y la motivación por viajar.

### **2.4.2. Turismo sustentable**

Según la (OMT) se refiere a este término como un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio, del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen.

Por otra parte (Zamorano, 2009) nombra en su libro a *World Commission old Evironment and Development* quien manifiesta que la sustentabilidad es encontrar la forma de satisfacer las necesidades actuales, sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones para encontrar la satisfacción de las propias.

### 2.4.3. Tipos de turismo

A continuación se presenta las líneas de productos y variedades de productos específicos del Ecuador, el cual ayuda a identificar la variedad de productos que posee la parroquia Belisario Quevedo y de igual forma se da a conocer un pequeño concepto de cada línea de producto que se presenta a continuación.

<b>Circuitos generales</b>	Circuitos generales	<b>Ecoturismo y turismo de naturaleza</b>	Parques nacionales
<b>Sol y playa</b>	Sol y playa		Reservas y bosques privados
<b>Turismo comunitario</b>	Turismo comunitario		Ríos, lagos, lagunas y cascadas
<b>Turismo cultural</b>	Patrimonios naturales y culturales		Observación de flora y fauna
	Mercados y artesanías	<b>Turismo de deportes y aventura</b>	Deportes terrestres
	Gastronomía		Deportes fluviales
	Shamanismo		Deportes aéreos
	Fiestas populares		Deportes acuáticos
	Turismo religioso	<b>Turismo de salud</b>	Termalismo
	Turismo urbano		Medicina ancestral
	Turismo arqueológico		SPA's
CAVE, científico, académico, voluntario y educativo	<b>Agroturismo</b>	Haciendas, fincas y plantaciones	
Haciendas históricas		<b>Turismo de convenciones y congresos</b>	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias
<b>Parques temáticos</b>	Parques temáticos		<b>Turismo de cruceros</b>

**Figura 2: Líneas y variedades de productos específicos del Ecuador**

Fuente: (Plan de Desarrollo Turístico de Ecuador, 2006)

#### 2.4.3.1. Turismo de sol y playa

Se desarrolla en el espacio costero, donde el visitante puede disfrutar de las playas bañándose en el mar y tomando el sol. El tipo de cliente no tiene un perfil específico en cuanto a edad, intereses, poder adquisitivo, etc., por tanto, cualquier segmento que busque esparcimiento y descanso teniendo como motivo de atracción principal los recursos turísticos del litoral y el buen

clima puede estar interesado en este tipo de turismo. (Olmos Juárez & Garcia Cebrián, 2011)

#### **2.4.3.2. Turismo Comunitario**

De acuerdo con él (Plan de Desarrollo Turístico de Ecuador, 2006) es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.

#### **2.4.3.3. Turismo Cultural**

Según (Olmos Juárez & Garcia Cebrián, 2011) este tipo de turismo engloba aquellos viajes que se realizan con el objetivo de conocer la historia, costumbres y tradiciones del destino, a través de sus manifestaciones culturales, de la visita de monumentos, museos y barrios singulares, del acercamiento a sus raíces gastronómica etc., permitiendo de este modo un enriquecimiento cultural para el viajero.

De la misma manera el mismo autor manifiesta que para el desarrollo de esta actividad, se debe disponer de una amplia gama de recursos culturales, además de las infraestructuras que permiten el acceso y desplazamiento de visitantes. Este tipo de turismo que incluye un sinnúmero de actividades, es conveniente dividirlo en los siguientes subtítulos: visitas, grandes rutas, grandes acontecimientos culturales, turismo etnográfico, turismo gastronómico y etnológico, turismo religioso, turismo idiomático, y turismo literario.

#### **2.4.3.4. Parques temáticos**

Se entiende en un sentido estricto que un parque temático es un equipamiento que tiene como finalidad el entretenimiento a través de diversas atracciones y mecanismo. Los objetivos de esta clase de instalaciones son: la diversión, el descubrimiento, la evasión y la imaginación. Sus principales características comunes además del precio único son;

- a) la localización y equipamientos: se suele localizar en espacios verdes en las cercanías de las ciudades y tienen equipamientos para satisfacer cualquier tipo de necesidad durante el día de visita (entretenimiento, restauración y tienda).
- b) La diversidad de atracciones: las grandes atracciones (al estilo de las montañas rusas) se complementan con otras infraestructuras secundarias o de soporte para demanda más joven y con manifestaciones de teatro, cine, música, etc., en ocasiones, las atracciones se basa en capacidades tecnológicas sofisticadas (holografía, láser, juegos interactivos, robots, entre otros).
- c) La existencia de una identidad temática o de áreas temáticas planificadas: este tipo de estrategias permite a los visitantes identificar el producto y tener la impresión de viajar. El tema de cada lugar determina las alternativas en materia de las atracciones, mecanismo de transporte, compra restauración. (Sastre Alberti & Benito Hernández, 2016)

#### **2.4.3.5. Turismo urbano**

Este tipo de turismo hace referencia a los viajes realizados a las ciudades o lugares de gran densidad poblacional, del mismo modo suelen ser menos de una semana, por lo que se puede manifestar que está estrechamente vinculado con las vacaciones cortas.

#### **2.4.3.6. Ecoturismo y Turismo de naturaleza**

Los espacios naturales tienen, en general, una demanda multi-objetiva y su mercado no aparece condicionado por variables unívocas que determinan la fijación de precios en su utilización; muy al contrario, hoy día, un espacio natural puede recibir demanda para llevar a cabo actividades directamente productivas (agrícolas, ganaderas, forestales, industriales, residenciales, etc.), que muestran con claridad una rentabilidad económica para los agentes involucrados en su posesión y gestión, o bien puede suceder que su demanda esté relacionada con otras funciones no directamente productivas (conservación ambiental), aunque den lugar posteriormente a actividades económicas con mercado, como es el caso del turismo. (Pulido, 2008)

Por otra parte el turismo de naturaleza es aquel que tiene como principal motivaciones la realización de actividades de esparcimiento la interpretación o el conocimiento de la naturaleza, con diferente grado de profundidad, y la práctica de deportes de diferente intensidad física y riesgo, que usen expresamente el medio natural, garantizando la seguridad del turista y sin degradar ni agotar los recursos. (Secretaría General de Turismo, 2004)

De igual forma el turismo se desarrolla en espacios protegidos (parque nacional, parques naturales, reservas de la biosfera Patrimonio de la Humanidad de tipo natural, etc.), donde el hombre no ha dejado huella, o si lo ha hecho ha sido de forma significativa. Este tipo de cliente busca el acercamiento y conocimiento del paisaje, la flora y la fauna. Es cada vez más demandado (aunque sigue siendo un turismo de minorías), debido al deseo por parte del turista de entrar en contacto con la naturaleza, para huir del estrés y de las aglomeraciones de las grandes ciudades. Una peculiaridad de esta actividad turística es que el tipo de infraestructuras y servicios utilizados por los visitantes son los de menor impacto ambiental, como campings, refugios, entre otros. (Olmos Juárez & García Cebrián, 2011)



#### **2.4.3.7. Turismo de Deportes y Aventura**

Según (Manual de Buenas Practicas para Turismo Sostenible, 2006) los viajes o excursión con el propósito específico de participar en las actividades para explorar una nueva experiencia. Por lo general supone el riesgo advertido o peligro controlado asociado a desafíos personales, en un medio ambiente natural o en un exótico escenario al aire libre.

De esta manera se puede definir de una forma más precisa como un turismo de gran aventura y de pequeña ya que se relaciona deportes terrestres, deportes fluviales, deportes aéreos, deportes oceánicos entre otros.

#### **2.4.3.8. Turismo de Salud**

El desarrollo de turismo de salud tiene sus antecedentes en los spas romanos, que significa: *salute per akua*, compuestas por aguas termales y minerales donde se practicó la balneoterapia y el termalismo romano. Esta práctica con alguna diferencia la realizaron los egipcios y griegos al utilizar baños de curación. Las culturas prehispánicas utilizaron la balneoterapia mediante los *temazcalle*. Más tarde como la balneoterapia como la herbolaria ha sido utilizada para la sanación de los enfermos. (Castellanos Henandéz, 2010)

Por otra parte (Olmos Juárez & Garcia Cebrián, 2011) este tipo de turismo se ha relacionado con aquellos viajes cuya actividad principal se basaba en la visita y estancia a balnearios, establecimientos con baños medicinales en los que el cliente podía incluso hospedarse. Esta práctica también denominada termalismo o turismo de balneario, tiene su origen la antigüedad, cuando los romanos se desplazaban a hasta la terma; también en la edad media, las ciudades musulmanas contaban con su *hamman* o baño árabe; después descendió su demanda hasta surgir a partir del siglo XVI en Bath (Reino Unido), Badén- Badén (Alemania) o Spa (Bélgica).

#### **2.4.3.9. Agroturismo**

La agricultura en el espacio rural no sólo cumple funciones de naturaleza productiva (provisión de alimentos o materias primas para la industria elaborada), sino también funciones territoriales y ambientales. Entre esas dos funciones o potencialidades pueden destacarse dos, particularmente relevantes, para el sector turístico: la repercusión del sistema agrario en la calidad de la oferta recreativa. La capacidad de la agricultura para crear paisajes. (Pulido, 2008)

Por otra parte (Calatrava, 2001) el agroturismo es un tipo de turismo rural en el que, como componente principal de la oferta, se encuentra la participación en tareas agrícolas o elaboraciones artesanales de alimentos y eventualmente, el consumo posterior de lo elaborado.

De esta manera se puede definir que el agroturismo se relaciona con haciendas, fincas y plantaciones, dado que existe la hospitalidad a través de un pago para utilizar sus instalaciones y servicios que ofrecen en el mismo.

#### **2.4.3.10. MICE - Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones**

Las reuniones y conferencias forman parte del sector conocido como "MICE – Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions -"Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones. Pertenecen al segmento del turismo conocido como turismo de negocios. El turismo de las reuniones y conferencias se refiere a las actividades realizadas por las personas que viajan a un país con el objetivo principal de participar en una reunión o conferencia o de acompañar a una persona que participará en la misma. Otras variantes que incluye esta línea son negocios, congresos, seminarios, incentivos, simposios, convenciones, ferias y eventos. (Plan de Desarrollo Turístico de Ecuador, 2006)

#### **2.4.3.11. Turismo de cruceros**

Dentro del turismo náutico están comprendidos todos los desplazamientos turísticos que utiliza de alguna forma la transportación por barco, trasatlántico, crucero o similares. Los cruceros son una travesía que reúne el atractivo de visitar diferentes ciudades y países con la comodidad de hacerlo a bordo de un barco convertido en un centro de recreo de lujo (hotel o ciudad flotante). Este tipo de turismo ofrece travesías en lujosas embarcaciones donde los pasajeros realizan varias actividades a bordo, se disfrutan varios destinos con las características de un hoteles de lujo, algunos servicios que proporciona son: compras, alimentos y bebidas, gimnasio, juegos de azar, casinos, alojamiento, diversión, espectáculos, deportes, bancos, medios de comunicación, tiendas, salón de belleza, tintorerías, viajes locales. (Castellanos Henandéz, 2010)

#### **2.4.3.12. Turismo Rural**

Según (Ziporovich, 2004) el turismo rural puede ser la posibilidad de jugar a vivir como se hace en el campo (por supuesto con los matices que adquiere con relación con los participantes, que difícilmente se levantarán a las 4 de la mañana a ordeñar una vaca) pero más acercado a las reales características de la vida en ese ámbito. Puede, pues, ser el turismo rural la posibilidad de romper con la rutina que supone vivir en la ciudad para incorporar los placeres y dificultades de otras formas de vida.

Por otra parte la (OMT) al turismo rural se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido. El rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local.

Cabe mencionar que el presente proyecto está estrechamente relacionado con el turismo rural ya que el sector que está dirigido en una parroquia rural y

la cual ayuda a fomentar el turismo en este sitio a través del observatorio turístico.

#### **2.4.4. Atractivos Turísticos**

Según (Manual de Buenas Practicas para Turismo Sostenible, 2006) Cualquier punto o recurso del patrimonio natural y cultural de un lugar que sea capaz de motivar la visita por parte de los turistas. Punto o elemento atractivo para el turista.

De la misma manera el mismo autor manifiesta que son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos.

Por otra parte (Silberman, 2011) Atractivos Turísticos son aquellas características y puntos de interés para los turistas que llaman su atención y atrae a los viajeros. Es una parte del Producto Turístico, ya que junto con la Planta Turística y la infraestructura, es lo que el destino turístico ofrece a quien lo visita.

##### **2.4.4.1. Clasificación de atractivos turísticos**

- **Naturales:** Son aquellos creados por la naturaleza sin que el hombre haya intervenido en ello.
- **Geomorfológicos:** Formados por la naturaleza durante la evolución del planeta.
  - Litorales: Rocas e islas, Playas, Acantilados, Desembocaduras de ríos
  - Lagunas y depósitos de agua
  - Corrientes de agua
  - Superficiales (cañones y cascadas)
  - Subterráneas (manantiales, grutas y cenotes)
  - Vulcanismo: Cráteres, Aguas termales y minerales, Geisers

- Relieves: Montañas, Barrancas y cañones, Planicies, Dunas
- **Biogeográficos:** Son aquellos con manifestaciones de vida animal o vegetal.
- Agrupaciones vegetales: Selvas, Bosques
- Agrupaciones animales: Fauna Silvestre, Zonas de caza
- **Culturales:** Elementos en que intervienen o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o se han establecido por razones culturales o comerciales.
- **Históricos:** Son obras que han dejado las civilizaciones y que son estudiadas por diferentes ramas de la ciencia.
- Zonas arqueológicas
- Arquitectura antigua
- Lugares históricos
- Poblados típicos
- Folklore
- Fiestas tradicionales

Atractivos contemporáneos (no comerciales) Son aquellas manifestaciones de un país o región que conservan y fomenta el patrimonio cultural.

- Centro de convenciones
- Instituciones de enseñanza
- Bibliotecas
- Museos y pinturas murales
- Obras monumentales
- Invernaderos
- Zoológicos

Atractivos contemporáneos (comerciales) Son aquellas manifestaciones por agrupaciones públicas o privadas que, por lo general, tienen carácter temporal y se crean para atraer visitantes ofreciéndoles distracción, esparcimiento, mercancías, salud, etc.

- Parque de diversiones
- Balnearios
- Espectáculos culturales y deportivos
- Campos deportivos
- Exposiciones nacionales e internacionales

- Mercados de artesanías
- Comercios
- Centros de salud
- Ferias y carnavales
- Celebraciones religiosas
- Casinos
- Concursos y competencias

Dado esto se puede manifestar que los atractivos turísticos se clasifican en dos grandes grupos como es la parte natural que hace referencia a la naturaleza y la parte cultural el cual es realizado por la mano del hombre.

#### **2.4.5. Inventarios**

El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional, se debe recordar que un inventario no es sólo un cúmulo de información, sino fundamentalmente un instrumento de gestión que debe ser mejorado de manera constante, y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisión en las múltiples instancias del quehacer turístico. (Viceministerio de Turismo de Perú, 2006)

Por otra parte (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2004) señala que un inventario turístico es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuye a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico.

De igual forma (Zamorano, 2009) es la etapa más laboriosa por la enorme cantidad de información que se requiere recopilar y ordenar para su

tratamiento y posterior análisis sistemático en las siguientes etapas. Hay dos tipos de inventarios, el primero denominado Inventario de ordenamientos, que se divide a su vez en dos grandes grupos: necesidades y recursos; el segundo se denomina Inventario de atractivos, que a su vez se divide en dos grupos: reales y potenciales.

Queda definido que un inventario es una lista física en la que cuenta bienes con sus diferentes características para poder ser mostrados de acuerdo al tema que se vaya a tratar ya sea turístico o económico, y la cual es muy laboriosa de hacer ya que se tiene que recoger datos para su debida clasificación.

#### **2.4.5.1. Clasificación de inventarios según su forma**

- **Inventario de Materias Primas:** Lo conforman todos los materiales con los que se elaboran los productos, pero que todavía no han recibido procesamiento.
- **Inventario de Productos en Proceso de Fabricación:** Lo integran todos aquellos bienes adquiridos por las empresas manufactureras o industriales, los cuales se encuentran en proceso de manufactura. Su cuantificación se hace por la cantidad de materiales, mano de obra y gastos de fabricación, aplicables a la fecha de cierre.
- **Inventario de Productos Terminados:** Son todos aquellos bienes adquiridos por las empresas manufactureras o industriales, los cuales son transformados para ser vendidos como productos elaborados.

#### **2.4.6. Clasificación de tipos de turistas**

Según (Plog, 1997) los tres tipos de características similares, donde se va a utilizar la clasificación de perfiles psicofísicos del cual establece 3 grupos de turistas:

- **Psicométricos:** Se les denomina también turistas de extremos conformistas. Es una persona introvertida, con muy poca confianza en sí

mismo, que le gustan las cosas sencillas y que realiza el turismo por conformismo social o por hábito adquirido. Conciben el turismo como descanso y recreo en grupo. Se desplazan hacia zonas turísticas muy desarrolladas, seguras, relacionando los elementos de sol, agua y espacios naturales. Planifica fundamentalmente su viaje desde su lugar de residencia y no admite cambios durante el desarrollo. Normalmente comprara un viaje programado por una empresa especializada.

Los destinos turísticos tienen que ser cercanos, con poca distancia cultural, con tipos de turismo de carácter rural, sol y playa. Y si van a un país extranjero, va a realizar un turismo urbano en las grandes ciudades.

- **Alocéntricos:** Se les denomina extremos impulsores. Se caracterizan por ser extrovertidos, seguros de sí mismos. Son personas complejas y que está realizando actividades constantemente y que lo que más valora es la libertad y la independencia. Conciben el turismo como una acumulación de experiencias basadas en la aventura y en el riesgo, para lo cual planifican mínimamente el viaje para que de manera flexible se adapte a las condiciones de este.

Los destinos turísticos que elige son alejados de su lugar de residencia. Eligen especialmente espacios principalmente agresivos como montañas, selvas, desiertos. Y que estén deshabitados o habitados por poblaciones primitivas.

- **Mediocéntricos:** Actúan entre los extremos anteriores distinguiendo entre dos tipos de turistas:
  - **Mediocéntricos de tendencia psicocéntrica:** Son las personas que llamamos turistas convencionales, que coincide con el típico turista de masas cuyo motivo del viaje es el descanso, la relajación y la satisfacción que ofrecen los contactos familiares y amistades, y en donde la salud es un elemento importante para este turista. Concibe el turismo como huida del lugar de residencia, mezclando un conjunto de actividades, en contacto con la naturaleza, con el sol, el mar, la tranquilidad del espacio rural, la satisfacción corporal, las compras, la diversión, los elementos



culturales tópicos, museos, monumentos, parques temáticos, casco histórico. Y contactos con las personas del lugar de destino. Los destinos elegidos son espacios muy desarrollados turísticamente de culturas similares y cercanas a su lugar de residencia.

- Mediocéntricos de tendencia alocéntrica: Son turistas con intereses especiales porque conciben el turismo como el desarrollo de sus aficiones y entretenimientos, muy relacionados con actividades deportivas o de esfuerzo físico, asumiendo deseando nuevas experiencias y aventuras, siempre y cuando el riesgo este controlado.

## **2.5. El turismo como actividad económica y social**

### **2.5.1. Turismo como actividad económica**

Todos los países del mundo entero cuentan como actividad económica al turismo ya que esta genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, así como el crecimiento del transporte tanto terrestre marítimo y aéreo, tomando en cuenta que hay países que son puntos fuertes en el turismo ya que solo la manera de ofrecer el servicio al turista gana mucha más demanda a que visiten el país y esto les genera más economía.

Por otra parte hay que mencionar que la (OMT) asegura que 1 de cada 11 trabajadores colaboran en los sectores relacionados a él, como es el caso de los hoteles, los restaurantes, los tour operadores, los transportes, entre otros. Pero no solo eso, hay otras industrias que de manera indirecta también se benefician; el ejemplo más claro es el de todos los proveedores de los servicios mencionados anteriormente, como los alimentos, las gasolineras, etc.

### **2.5.2. Turismo como actividad social**

Según (Castellanos Henandéz, 2010) hace referencia a la Primera Asamblea de Turismo Español que turismo social es el conjunto de relaciones

y fenómenos propios de la participación de todos los miembros de la sociedad turística, así como la serie de necesidades especiales por medio de las cuales dicha participación se hace posible, promueve y se facilita.

El turismo supone un fuerte impacto sobre la población que lo recibe como es el caso del empleo que generan las empresas hoteleras, generando modelos económicos de desarrollo diferentes, la llegada de un buen número de personas con costumbres distintas, diferente idioma, lo cual produce un fenómeno de influencia cultural que modifica costumbres entre la población local produciendo así comportamientos diferentes y por último se puede mencionar que los turistas decidan pernoctar en lugares turísticos.

### **2.5.3. Facilidades turísticas**

Según (Quadrini, 2012) son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Sin ellas, el recurso turístico rara vez constituye un producto turístico y la calidad es el instrumento de integración de los diferentes componentes del mismo.

De igual forma también manifiesta en el quinto congreso latinoamericano de investigación turística del 2012 el mismo autor son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Sin ellas, el recurso turístico rara vez constituye un producto turístico y la calidad es el instrumento de integración de los diferentes componentes del mismo. (Quadrini, 2012)

### **2.5.4. Desarrollo turístico**

Según la (OMT) se presenta como definición del modelo según el cual, el desarrollo turístico genera desarrollo local, en tanto se respeten las dimensiones sociales, culturales, económicas y ambientales. Por otra parte también se puede mencionar que proviene de la economía y se hace mucho al desempeño de las empresas.

Por otra parte (Varisco, 2008) el desarrollo turístico puede definirse específicamente como provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos.

De acuerdo a lo descrito anteriormente se puede manifestar que el desarrollo turístico es el mejoramiento de un lugar siempre y cuando respetando los factores sociales y culturales que posee el lugar que se visite para que vayan de la mano a poder satisfacer las necesidades de las personas que habitan y de los que visiten.

### **2.5.5. Oferta**

Según (Bagus, 2001) es un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario y consumidor turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo, del mismo modo la Real Academia española de la Lengua manifiesta que es un conjunto de bienes o mercancías que se presentan el mercado con un precio concreto y en un momento determinado.

Por otra parte (Holguín Cabezas, 2005) la oferta es un bien o servicio como la cantidad que están dispuestos a ofrecer los productores a un precio determinado en el mercado.

De acuerdo con los autores mencionados anteriormente se puede mencionar que la oferta es el conjunto de bienes o servicios a ofrecer para poder satisfacer una necesidad o deseo de las personas.

#### **2.5.5.1. Oferta turística**

Según (OMT) La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un

programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado.

Por otra parte (Olmos Juárez & Garcia Cebrián, 2011) es un conjunto de servicios prestados en el mercado turísticos con un precio concreto y en un momento determinado. Para ellos no solo se debe incluirse los servicios que se prestan, sino también otros elementos como los prestadores de estos servicios (empresas turísticas), los elementos principales de atracción (recursos turísticos) y una serie de elementos básicos sin los cuales no podrían desarrollarse el sector turístico (infraestructura turística).

#### **2.5.6. Demanda**

Según (Garcés, 1995) la demanda turística es el conjunto de servicios efectivamente solicitados por el consumidor que cubre la demanda del mercado actual. Población turística con capacidad de gasto y tiempo libre, que conforma el mercado turístico con diferentes motivaciones, en este caso con motivación eco-turística”. La demanda turística es el resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos.

También se puede definir como la cantidad demandada por el mundo a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes. Se supone que la variable más importante que afecta a la demanda es el precio, diciéndose habitualmente que la demanda se comporta de manera decreciente respecto al incremento de este básicamente porque:

- Disminuye la capacidad adquisitiva del turista.
- Los turistas buscan productos sustitutivos a un determinado precio.

Por otra parte (Holguín Cabezas, 2005) la demanda de un bien o servicio como la cantidad que requiere los compradores para satisfacer sus necesidades a un precio determinado en el mercado.

### **2.5.6.1. Demanda turística**

La demanda turística responde y depende a diversos factores que determina el consumos masivos, el cual el precio es un factor muy importante, además de los ingresos que posee el consumidor, así como su motivación y preferencias que tiene cada turista lo cual lo lleva a la elección y consumo de bienes y servicios turísticos.

Por otra parte (Frascara, 2004) la demanda turística es la cantidad de servicios turísticos que se desean adquirir a distintos precios y depende de diversos factores, siendo el precio el más significativo.

## **2.6. Indicadores estadísticos**

### **2.6.1. Indicadores**

Un indicador es un una medida de la posición de un proceso o evento en un momento determinado. De igual forma se puede manifestar que con los indicadores se puede proporcionar un panorama de la situación de un proceso, de un negocio, de las ventas de una compañía, etc.

Por otra parte cabe mencionar que los indicadores suelen ser definidos como aquella información con respecto al control del funcionamiento de una determinada actividad. Su objetivo es analizar la articulación de dicha actividad, señalando las técnicas de su control.

### **2.6.2. Clasificación de indicadores**

- Indicadores de economía: su finalidad es reflejar los valores previstos y los reales.
- Eficiencia: son utilizados para calcular la correspondencia entre los servicios que han sido prestados y la utilización de recursos requeridos para dicho servicio.

- Eficacia: tienen como objetivo calcular el rendimiento que se ha alcanzado y cuáles eran los previstos.
- Efectividad: calcula el resultado sobre los individuos en forma total.
- Pertenencia: es usado para comparar los recursos que ya han sido usados con los que eran previstos. Su finalidad es comprobar si han sido usados los medios idóneos.
- Resultado: su finalidad es calcular la eficiencia o las lesiones causadas sobre la población. Estos indicadores pueden reunir a los indicadores antes mencionados de eficiencia, eficacia y efectividad.
- Indicadores de procesos: estos son utilizados para evaluar aquello que se relaciona con las actividades.
- Indicadores de estructura: son utilizados para estimar el valor y el uso de los recursos que posteriormente sean requeridos.
- Indicadores químicos: son las sustancias que reflejan cómo ha evolucionado una reacción de tipo química.

### **2.6.3. Estadística**

Según (Carrasco, 1998) manifiesta que la estadística es una ciencia aplicada de las matemáticas y es una valiosa herramienta para la toma de decisiones. Permite el estudio de fenómenos mediante la descripción del mismo a través de inferencias mediante distribuciones probabilísticas. Estadística se ocupa de los métodos y procedimientos para recoger, clasificar, resumir, hallar regularidades y analizar los datos, siempre y cuando la variabilidad e incertidumbre sea una causa intrínseca de los mismos; así como de realizar inferencias a partir de ellos, con la finalidad de ayudar a la toma de decisiones y en su caso formular predicciones.

### **2.6.4. Datos estadísticos**

Se constituye en diferentes modalidades uno de los aspectos de más uso en la estadística descriptiva es a partir de que podemos visualizar a través de los diferentes medios escritos y televisivos de comunicación masiva, la

presentación de los datos estadísticos sobre el comportamiento de las principales variables económicas y sociales, nacionales e internacionales.

Por otra parte (Peralta, 2016) manifiesta que son números que pueden ser comparados, analizados e interpretados. El campo del cual son tomados los datos estadísticos se identifica como población o universo.

Al manifestar los dos autores un mismo significado de la recolección de datos se toma como referencia al realizar el análisis y tabulación de datos a través de una encuesta que se aplica a los diferentes prestadores de servicio de la parroquia como a los turistas que visitan la parroquia Belisario Quevedo.

## **2.7. Métodos de difusión de información**

### **2.7.1. Principios de difusión**

Según el (Sistema virtual estadístico, 2016) Difusión significa "poner a disposición del público", sin importar la forma en que la acción se lleva a cabo. La publicación implica la acción de hacer pública la información estadística en forma impresa o en el Internet, lo cual también incluye CD-ROM, cintas magnéticas, casetes de audio, programas de radio y televisión, así como cualquier otro medio de comunicación que pueda responder a los mismos objetivos.

### **2.7.2. Diferentes formas de publicaciones**

Las publicaciones estadísticas pueden subdividirse en una serie de formas diferentes:

- Indicadores básicos que se difunden regularmente en donde el principal propósito es informar en forma rápida, eficiente y eficaz a los usuarios acerca de los "puntos principales de la noticia".
- Publicaciones propiamente dichas en las que se presenta información más detallada acerca de los nuevos datos, ya sea en forma impresa o en

CD, o a través de bases de datos anotadas disponibles en el sitio web de la organización.

- Publicaciones analíticas, en las que la importancia de los datos se analiza mediante técnicas estadísticas que pueden tener la forma de documentos o artículos, ya sea en forma impresa o en formato electrónico en la página web.
- Publicaciones metodológicas, que fijan las normas y métodos utilizados para compilar estadísticas éstas pueden darse también en formato impreso o como metadatos en la página web
- Publicaciones que brindan orientación para identificar y acceder a los datos estadísticos, como catálogos o folletos estos también pueden ser impresos o colocados en la página web (Sistema virtual estadístico, 2016)

### 2.7.3. Sistema de difusión

Es necesario conocer los medios de difusión que se puede realizar como son los siguientes:

- **Un enfoque sistemático de divulgación.** Es necesario identificar los diferentes tipos de usuarios, productos y servicios estadísticos para sus necesidades.
- **La difusión bajo demanda.** La iniciativa parte del usuario que necesita información. Se realiza cuando el usuario se dirige al centro con el objeto de solicitar una información concreta. Pueden realizarse sobre bases de datos documentales creadas por el propio centro pero también sobre bases externas.
- **Difusión de recursos web.** La difusión de recursos en internet consiste en seleccionar, ordenar y describir las webs de interés para los usuarios del centro. También puede consistir en enviar, por correo electrónico, las url's de nuevas webs de interés.



#### **2.7.4. Medios de comunicación**

Según (Geografía, 2016) existe 6 medios el cual se puede difundir la información tal es el caso de:

- Internet
- Libros
- Periódicos
- Radiodifusoras
- Revistas
- Televisoras

#### **2.7.5. Aplicación de una estrategia de difusión**

Una estrategia no puede ser aplicada en una organización sin el compromiso de la gerencia y del personal. La difusión de la información estadística implica una variedad de tareas, empezando en primer lugar con el proceso de preparar las publicaciones estadísticas en forma tanto impresa como electrónica. Asegurar la satisfacción de todas las necesidades de los usuarios, haciendo una difusión destinada al usuario, es algo importante. (Sistema virtual estadístico, 2016)

Cabe señalar que la difusión estadística es una tarea profesional, que implica el conocimiento de los principios de una buena comunicación, así como el conocimiento de las herramientas de difusión disponibles. No basta con ser un experto en estadística, también es necesario mantener la coherencia del contenido de la información con el formato lo cual debe ser con estricta normalización y el desarrollo de una estrategia uniforme para la difusión de información.

Dado esto se toma en cuenta para la presentación del proyecto, se lo realiza de una forma virtual como una página social en el internet y por medio documental el cual se entrega una revista con la información pertinente del diseño de un observatorio turísticos de la parroquia Belisario Quevedo con el

fin de dar a conocer información veraz, actualizada a los turistas nacionales como extranjeros y a los microempresarios turísticos de la parroquia.

## **2.8. Las Pequeñas y medianas empresas turísticas locales**

Las empresas pueden explotar las ventajas de la producción en masa o a gran escala, reunir los recursos financieros necesarios y organizar y gestionar todas las actividades precisas para llevar a cabo la producción y distribución de bienes y servicios. En el seno de la empresa los gestores organizan la producción, incorporan nuevas ideas, procesos o actividades, toman las decisiones y para ello se proveen de la información necesaria. De hecho, la mayor parte de la actividad económica en las economías de mercado avanzado se lleva a cabo en el seno de empresas privadas. (Mochón Borcillo, 2004)

Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes: Comercio al por mayor y al por menor, Agricultura, silvicultura y pesca, Industrias manufactureras, Construcción, Transporte, almacenamiento, y comunicaciones, Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas, Servicios comunales, sociales y personales.

Por otra parte (Moreno, 2016) se llama PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas, que, de acuerdo al número de trabajadores, volumen de ventas, años en el mercado, y sus niveles de producción, activos, pasivos (que representan su capital) tienen características similares en sus procesos de crecimiento.

Dado ello en el presente proyecto, se hace partícipe a los servidores de turismo que se encuentran ubicados en la parroquia Belisario Quevedo, los cuales hasta el momento prestan sus servicios a los turistas nacionales como extranjeros que visitan la mencionada parroquia.

## **2.9. Fundamentación legal**

### **2.9.1. Constitución del Ecuador**

Según (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008) la sección sexta manifiesta a la Cultura Física y tiempo Libre el cual en su artículo 383.- Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

### **2.9.2. Ley de turismo**

Según la (Ley de Turismo, 2016) No. 97. RO/ Sup 733 de 27 de Diciembre del 2002, menciona en el Capítulo I lo siguiente:

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

**Art. 2.-** Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con los desplazamientos de las personas hacia lugares distinto al de su residencia habitual; sin ánimos de radicarse permanentemente en ellos.

**Art. 3.-** Son principios de actividad turística, las siguientes:

- a) La iniciática privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básico para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;

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

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

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.
- b) Garantizar el uso nacional de los recursos naturales, naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del gobierno
  - a) Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos.
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercer legalmente la actividad turística.
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado.
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

## **Capítulo II**

De las actividades turísticas y de quienes las ejercen

**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento
- b) Servicios de alimentos y bebidas

- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y alquileres de vehículos para este propósito.
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propósito transporte, esa actividad se considera parte del agenciamiento.

**Art. 7.-** Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficios de terceros.

**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad de los servicios que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

**Art. 9.-** El registro de turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez el ministerio de turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la calificación y categoría que le corresponda.

**Art. 10.-** El ministerio de turismo o los municipios y consejos provinciales a las cuales esta cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, licencia única anual de funcionamiento lo que les permitirá:

- a) Acceder a los beneficios tributarios que contemplan esta Ley.
- b) Dar publicidad a su categoría
- c) Que la información y la publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento.
- d) Que las anotaciones del libro de Reclamaciones, autenticadas por un notario puede ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra Ley.
- e) No tener que sujetarse a la obtención de otros tipos de licencias de Funcionamiento, salvo el caso de las licencias Ambientales, que por disposición de la Ley de la materia deben ser solicitadas y emitidas.

**Art. 11.-** Los empresarios temporales, aunque no accedan a beneficios de esta

Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrece y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

#### **Capítulo IV**

Del Ministerio de Turismo manifiesta en los siguientes artículos:

**Art. 15.-** El ministerio de turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estar dirigido por el ministerio quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones.

- 4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turísticos y mantener actualizada la información.

- 10. Calificar los proyectos turísticos

**Art. 17.-** El Ministerio de turismo coordinara asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo. Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017; Secretaria nacional de planificación y desarrollo- Semplades, 2013 ISBN-978-9942-07-448-5.

#### **2.9.3. Plan Nacional para el Buen Vivir**

Él (Plan Nacional del Buen Vivir, 2016) menciona los Objetivos nacionales para el buen vivir, el cual se manifiesta:

**Objetivo 3.** Mejorar la calidad de vida de la población Diagnóstico

La calidad de vida tiene mucho que ver con el buen vivir en la mayoría de sus aspectos. El Plan Nacional del Buen Vivir está directamente vinculado con

todos las perspectivas que tienen las personas para mejorar su calidad de vida.

Cuando las diversas condiciones que se presentan para poder satisfacer las necesidades de las personas tanto materiales, Psicológicos, sociales como también los ecológicos. La calidad de vida es un proceso muy complejo pues engloba muchos aspectos relacionados con la calidad ambiental, la salud, alimentación vivienda, educación, ocio, recreación, deportes entre otros.

### **Políticas:**

**3.1.** Promover prácticas de vida saludable en la población.

**3.7.** Propiciar condiciones de seguridad humana y confianza mutua entre las personas en los diversos entornos.

**Objetivo 4.** Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable Anteriormente en el país los recursos naturales solo eran utilizados la mayor parte del tiempo para el desarrollo económico pero por medio de la Carta Magna el estado asumió la obligación de garantizar dichos recursos naturales salvaguardar y velar por su aprovechamiento adecuado y así mismo la ciudadanía en general.

Dicha responsabilidad de utilizar la biodiversidad del país ahora como patrimonio natural, impulsa a realizar cambio significativos en la instituciones que rigen la regulación y el control ambiental, para esto es importante que los cambio que se realizan tenga una perspectiva ya no de explotación sino de aprovechamiento de los recursos de manera sustentable, para así poder disminuir y controlar la contaminación ambiental y como resultado permitir al país afrontar de manera adecuada el calentamiento global.

## **Políticas:**

**4.1.** Se debe de manejar correctamente y conservar el patrimonio natural y su biodiversidad terrestre y marina, considerada como sector estratégico.

**4.2.** Manejar el patrimonio hídrico con un enfoque integral e integrado por cuenca hidrográfica, de aprovechamiento estratégico del Estado y de valoración sociocultural y ambiental.

**4.4.** Prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental como aporte para el mejoramiento de la calidad de vida.

**4.6.** Reducir la vulnerabilidad social y ambiental ante los efectos producidos por procesos naturales y antrópicos generadores de riesgos.

**4.7.** Incorporar el enfoque ambiental en los procesos sociales, económicos y culturales dentro de la gestión pública.

El objetivo de la base legal es dar a conocer los artículos, objetivos, políticas y leyes que se encuentra en la constitución del Ecuador, la ley de turismo y en el *sumakkawsay* (plan del buen vivir) tomando como referencia que se encuentra apegado a las leyes y artículos que se mencionaron anteriormente, las cuales contribuyen y ayudan al presente proyecto a la mejora y porvenir de la comunidad parroquial.

## **2.10. Sistemas de variables**

### **2.10.1. Variable dependiente**

Información turística.

### **2.10.2. Variable independiente**

Observatorio Turístico

## **2.11. Hipótesis o Idea a defender**

El Observatorio Turístico incide significativamente en la generación técnica de información turística de la parroquia Belisario Quevedo



2.11.1. Cuadro de operacionalización de las variables

Tabla N° 1:

Variable independiente Observatorio Turístico

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	HERRAMIENTAS	PREGUNTAS
<p><b>Observatorio turístico</b>                      Manifiesta que es un centro de recopilación y procesamiento de datos e información, de la actividad turística, que se utilizarán para la elaboración de informes y documentos, útiles para una coherente toma de decisiones y para la planificación de acciones ya sea del sector público como del privado.                      (Santágata H. , 2016)</p>	1. Entidades Involucradas con el Observatorio Turístico	1.1. Existencia de tipos de alojamiento	Encuestas	1.1.1. En caso de seleccionar alojamiento, en donde se hospeda? Hotel <input type="checkbox"/> Motel <input type="checkbox"/> Quintas <input type="checkbox"/> Casa de amigos <input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/>
		1.2. Existencia de Alimentación y bebidas		1.2.1. Indique en cuál de estas actividades se desempeña su empresa: Alojamiento <input type="checkbox"/> Gastronomía <input type="checkbox"/> Agencia de viajes <input type="checkbox"/> Transporte turístico <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>
		1.3. Existencia de información turística		1.3.1. ¿Cómo calificaría usted la información y señalética (letreros de orientación a los atractivos) turística de la Parroquia? Excelente <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> No existe <input type="checkbox"/>
	2. Generación de buenas estrategias de toma de decisiones.	2.1 Existencia de datos estadísticos	Encuestas	
		2.2 Existencia de ingresos de turistas a la parroquia		

CONTINÚA →

2.3 Conocimiento del perfil de los turistas que visitan la parroquia

2.4 Existencia de un Observatorio Turístico

2.1.1. Cuando usted creó su empresa dispuso de los siguientes datos?

Estadísticas sobre oferta turística

Estadísticas sobre demanda turística

Estadísticas sobre inversión turística

Ninguna de las anteriores

2.2.1. ¿Qué tipo de turistas ha utilizado más sus instalaciones?

Turistas internacionales

Turistas nacionales

2.3.1. ¿Cuál es la actividad turística por la cual visita la parroquia?. Seleccione una sola opción

Gastronomía

Deportes

Ocio

Alojamiento

Visita al parque de la familia

Culturales

2.4.1. ¿Usted conoce lo que es un Observatorio Turístico?

Si

No

Tabla N° 2:

## Variable dependiente Información turística

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	HERRAMIENTAS	PREGUNTAS	
<p><b>Información turística</b></p> <p>La información turística es muy útil para todas aquellas personas que deseen viajar o visitar un sitio que desconocen o del que quieren saber y adquirir más conocimiento. De esta manera es como respuesta a esta necesidad que existen muchos tipos de información turística, aunque los más conocidos o populares son los puntos de información turística que cada localidad o región, que recibe numerosos visitas, ofrece y pone al alcance de los interesados que deseen conocer.</p>	1.Centro de información turística	1.1.Existencias de inventarios turísticos	Entrevistas	1.1.1.Los empresarios se han acercado a usted a pedirle alguna información de la situación actual de la parroquia.	
	2.Estadísticas	1.2.Existencia de catastro			1.2.1.Conoce usted de las empresas que se encuentran en la parroquia Belisario Quevedo
		2.1.Conocimietosde datos estadísticos	Encuesta		
		2.2.Asociaciones entre empresas dispuestas a dar información	Encuesta	<p>2.1.1. ¿Qué información turística quisiera que se le proporcione para una correcta toma de decisiones empresariales?, califique del 1 al 5, siendo 5 el mes de mayor importancia y el 1 de menor importancia.</p> <p>Estadísticas sobre oferta turística <input type="checkbox"/></p> <p>Estadísticas sobre demanda turística <input type="checkbox"/></p> <p>Estudios sobre actualidad turística <input type="checkbox"/></p> <p>Estadísticas sobre inversión turísticas <input type="checkbox"/></p> <p>Estudios sobre tendencias turísticas <input type="checkbox"/></p>	

CONTINÚA →

Otra,  
cuál.....

2.2.1. ¿Estaría dispuesto a  
aportar con información  
turística de su empresa para  
tener datos estadísticos de la  
parroquia?

Si

No

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. Metodología**

Para cumplir con los objetivos planteados en la investigación se utiliza la siguiente metodología, con el fin de determinar aspectos necesarios para la realización del proyecto, el cual se ha visto oportuno realizar un estudio para identificar el perfil del turista y de la misma manera ayudar a conocer los elementos más relevantes dentro del Observatorio Turístico.

##### **3.1.1. Enfoque cuantitativo**

Según (Gómez, 2006) el enfoque cuantitativo se reconoce en la recolección de datos es equivalente a medir, de esta manera la definición clásica del término, medir significa asignar números a objetos y eventos de acuerdo a ciertas reglas, muchas veces el concepto se hace observable a través de referentes empíricos asociados a él.

Lo cual el enfoque cuantitativo busca recolectar los hechos, fenómenos y casos actuales que ocurren en la parroquia Belisario Quevedo.

##### **3.1.2. Enfoque cualitativo**

Según la (Universidad Nacional Autónoma de Honduras, 2015) es la recolección de datos sin medición numérica como las descripciones y las observaciones para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

Este tipo de enfoque se utiliza en el capítulo III, en el análisis e interpretación de resultados de los instrumentos de la investigación, realizado a las diferentes personas involucradas en el sector turístico y hotelero.

### **3.2. Tipos de investigación**

Para la presente problemática los tipos de investigación que se utiliza son los siguientes:

#### **3.2.1. Investigación de campo**

De acuerdo con (Zorilla Arena, 1997) la investigación de campo como el área de las ciencias sociales y psicológicas, una de sus técnicas son utilizadas para la recolección de datos complementarios en otras áreas de la ciencia, por ende una de las técnicas que se utiliza en la investigación, es la encuesta ya que la misma ayuda a la obtención de información acerca del tema que se está manejando, ya que por motivo de falta de información se acude a cada uno de los prestadores turísticos de la parroquia Belisario Quevedo.

En cuanto a esta investigación de campo también se realiza la visita al G.A.D Parroquial como a la tendencia política de la parroquia Belisario Quevedo, para la obtención del catastro de las entidades pertenecientes a la misma y con ello lograr una lista que facilite la visita a los prestadores de servicios turísticos del lugar.

#### **3.2.2. Investigación bibliográfica**

Se plantea una investigación bibliográfica ya que busca conocer las contribuciones científicas del pasado, por lo que aporta en los conceptos relacionados sobre un Observatorio Turístico, por lo tanto se recurre a fuentes bibliográficas como libros, revistas, folletos y de la misma forma a contenidos de páginas web como tesis, artículos e informes relacionadas al tema propuesto, haciendo así participe en el capítulo II como es en el marco teórico.

### **3.2.3. Investigación descriptiva**

Se describe la realidad que se presenta en la parroquia Belisario Quevedo, es decir de donde surge la problemática de poca información de datos estadísticos que ayuden a la toma de decisiones empresariales, así como la situación de conflicto y cuáles son sus impactos dentro de la actividad turística y sus actores empresariales que se encuentran dentro de la misma.

### **3.3. Métodos**

El método es un elemento necesario en la ciencia, ya que sin él no sería fácil demostrar la validez objetiva de lo que se afirma, no debe olvidarse que seguir con rigor el trabajo científico en el método, conduce a resultados confiables, válidos y precisos; de otra manera, solo se obtendrían resultados vagos y confusos. (Zorilla Arena, 1997). En cuanto a esto se ve la necesidad de utilizar los siguientes métodos en la investigación.

#### **3.3.1. Método Deductivo**

Según (obra citada) el método deductivo es aquel que parte de datos generales aceptados como válidos y que, por medio del razonamiento lógico, pueden deducirse varias suposiciones.

Por eso puede decirse que el método deductivo se emplea en varias etapas de la investigación como es en el desarrollo del marco teórico porque se maneja varios conceptos y se puede concluir en uno solo, también se aplica este método en cuanto, a varios datos de servicios turísticos dentro de la parroquia de Belisario Quevedo, con esto se podrá llegar a concluir con una totalidad de los prestadores de servicios, para que puedan realizar comparaciones y puedan tomar mejores decisiones con la atención a los turistas.

### **3.3.2. Método inductivo**

Según (Muñoz Razo, 1998) El Método Inductivo como el razonamiento que analiza una porción de un todo; parte de lo particular a lo general. Va de lo individual a lo universal. Modo de razonar que consiste en sacar de los hechos particulares una conclusión general.

Empleando este método permite enfocarse en la situación actual del turismo dentro de la parroquia para poder conocer y resaltar cuales son los mayores servicios o productos turísticos preferidos por los turistas, y también se podrá conocer el perfil del turista que visita la parroquia Belisario Quevedo.

### **3.3.3. Método analítico**

Según (obra citada) El método de análisis consiste en la descomposición de un todo en sus elementos. El método analítico consiste en la separación de las partes de un todo para estudiarlas en forma individual, por separado, así como las relaciones que las une.

Dentro de la investigación también se proyecta el método analítico por lo expuesto al inicio permite realizar una observación general de la situación actual del turismo en cuanto a los prestadores y una descripción de cada uno de los componentes para poder realizar un examen crítico, así logrando mejorar o mantener la actividad que se esté desempeñando actualmente.

## **3.4. Técnicas e instrumentos**

Las técnicas que se aplica en este trabajo son las siguientes:

- Entrevista
- Encuesta



### 3.4.1. Entrevista

Es una técnica destinada a obtener datos de personas, cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello se realiza entrevistas a personas claves que maneja información de la parroquia tal es el caso del presidente del G.A.D. Parroquial y un representante de la Agencias de Viajes del Cantón Latacunga.

### 3.4.2. Encuesta

Para realizar el análisis del grado de información estadístico que tienen los prestadores de servicios turísticos en la parroquia de Belisario Quevedo, es la encuesta ya que se maneja un instrumento como es el cuestionario dirigido a los prestadores de servicio turístico.

La misma técnica se utiliza para la recopilación de información sobre el perfil de los turistas, preferencias, conocimientos de los servicios y productos turísticos dentro de la parroquia.

Instrumento	Técnica
Cuestionario	Encuesta
Guía de entrevista	Entrevista

**Figura 3 Técnicas e instrumentos**

### 3.5. Población y muestra

La población que es tomada en cuenta para la realización de la presente investigación es a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Belisario Quevedo y a la población económicamente activa de la Provincia de Cotopaxi.

La población y muestra delimitada para la presente investigación se consideró a los actores locales de desarrollo económico y fomento productivo de la parroquia Belisario Quevedo con un total de 26 actores que se encuentran en el sector terciario el cual se describe en un ordenador gráfico (Anexo 08), ya que se encuentran relacionados en el ámbito turístico y hotelero.

**Tabla N° 3:**

**Prestadores de servicios turísticos**

N.-	ESTABLECIMIENTO	NOMBRE	PRIVADO	LOCALIDAD	PROPIETARIO
1	Quinta	Quinta San Carlos	Privado	Barrio Chaupi	Carlos Álvarez
2	Quinta	La Posada	Privado	El empedrado	Sin Identificar
3	Motel	Tekendama	Privado	Barrio Forastero	Malucin Tite Angel Segundo
4	Hostal	El Bergel	Privado	Belisario Quevedo	Sin Identificar
5	Cabañas	Potrerillos	Privado	Barrio Potrerillos	Sin Identificar
6	Restaurante	Doña Magui	Privado	Cangagua	Sin Identificar
7	Restaurante	Putzalahua	Privado	Barrio San Luis	Sin Identificar
8	Picantería	Picantería Rosita	Privado	Barrio Illuchi y Panamericana	Silva Gamboa Rosa María
9	Picantería	Rosita de Lima	Privado	24 de Mayo frete al colegio	Tiguaso Teneda Rosa Guadalupe
10	Picantería	Rosita	Privado	Barrio Santa Rosa	Tipantuña Toaliza Lupe Salome
11	Hacienda	Molina Araujo	Privado	Barrio San Lorenzo	Molina Araujo
12	Hacienda	Belastegui	Privado	La Dolorosa	Belastegui
13	Paradero	Reina del Cisne	Privado	Barrio Illuchi	Velasquez Larraga Delia Soraida
14	Motel	El Refugio	Privado	Calle principal	Salguero Zapata Blas Vicente
15	Picantería	Nicol	Privado	Calle principal	Angulo Chicaiza Rosalino
16	Restaurante	La Fusión de Chef	Privado	Barrio Santa Rosa	Casa Guamangate

CONTINÚA →

					Silvia Patricia
17	Restaurante	S/N	Privado	Barrio Forastero	Garzon Pamiño Ines del Pilar
18	Restaurante	Santiago 2	Privado	24 de Mayo vía Culaguango	Jimenez Guisa Piedad Eugenia
19	Picantería	Picantería Edison	Privado	24 de Mayo	Paste Guanoluisa María Luisa
20	Restaurante	Los del Pacifico	Privado	24 de Mayo	Piñaluisa Sangucho Olga Marina
21	Restaurante	Don pepito	Privado	Barrio Illuchi	Ramón Chico Blanca Estromelia
22	Posada	La Lolita	Privado	El Empedrado	Lolita Valdez
23	Restaurante	Matty	Privado	24 de Mayo	Matilde
24	Hacienda	San Francisco	Privado	Chaupi	Sin Identificar
25	Restaurante	S/N	Privado	Barrio Forastero	Mariana Salguero
26	Salón de eventos	La Jocha	Privado	Belisario Quevedo	Sin Identificar

**Fuente:** (Dirección Financiera Belisario Quevedo, 2014)

Debido a que la población universo es considerablemente pequeña, se toma como muestra el valor total que nos indica la tabla

$$n = 26$$

**Dónde:**

n: muestra

### 3.5.1. Muestra

Es la parte de la población a la cual se selecciona y de la cual se obtiene información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuará la medición y observación de las variables de estudio. Para extraer la muestra de los turistas se utiliza la siguiente formula:

Tabla N° 4:

## Simbología

Simbología		
<b>N</b>	Tamaño de la muestra	?
<b>P</b>	Probabilidad de Éxito	0.80
<b>Q</b>	Probabilidad de Fracaso	0.20
<b>N</b>	Universo	173829
<b>E</b>	Error	0.05
<b>Z</b>	Niveles de confianza (95%)	1.96

Fuente: (Badii)

$$n = \frac{Z^2 (N.P.Q)}{(N-1)(e^2) + Z^2 (P.Q)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (173829) (0.80) (0.20)}{(173829-1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.80) (0.20)}$$

$$n = \frac{(3.84) (27812.64)}{434.57+0.6144}$$

$$n = \frac{106800.5376}{435.1844}$$

$$n = 245$$

### 3.6. Técnica de recolección de datos

Para la aplicación de las encuestas se utiliza los datos de la población económicamente activa de la provincia de Cotopaxi, de igual manera para la aplicación de las encuestas a los prestadores de servicios se aplica a todos los empresarios turísticos de la parroquia Belisario Quevedo.

### **3.6.1. Instrumentos**

El cuestionario que se utiliza en el levantamiento de información a los turistas como para los prestadores de servicio turístico se da a conocer en los anexos 3, 4, 5, 6 y 7, de igual forma se da a conocer la guía de preguntas para la entrevista al presidente de la parroquia y a un representante de agencias de viajes.

### **3.6.2. Análisis e interpretación de resultados**

Una vez aplicado los instrumentos de investigación de campo a los prestadores de servicios y a los turistas, como de la misma manera se realiza entrevistas al presidente de la parroquia y a un representante de las agencias de viajes, se procede a realizar el análisis en el programa del SPSS de cada uno de los ítems, por lo que esta información permite establecer conclusiones importantes a las que llega la investigación.

Cabe destacar que la interpretación de los resultados obtenidos pertenecen a fuentes directas y verídicas de cada una de los prestadores de servicios turísticos pertenecientes a la parroquia Belisario Quevedo, así como al Sr. Mario Ataballo quien es el presidente de la parroquia ya mencionada y al Lic. Ramiro Viteri gerente de la agencia Volcán-Route Expediciones CIA. Lta., como representante de agencia de viajes.

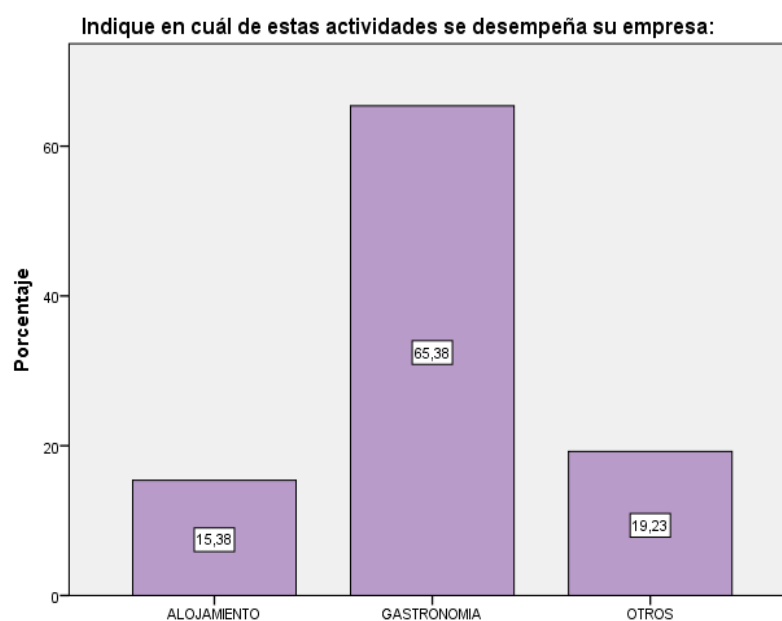
A continuación se presenta una tabla con los resultados obtenidos en cada una de las preguntas realizadas a los encuestados y entrevistados, luego un gráfico en el cual se puede observar claramente el porcentaje de las respuestas y el análisis e interpretación realizado.

**Pregunta1.-** Indique en cuál de estas actividades se desempeña su empresa:

**Tabla N° 5:**

**Actividad que desempeña la empresa**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Alojamiento	4	15,4	15,4
	Gastronomía	17	65,4	65,4
	Otros	5	19,2	19,2
	Total	26	100,0	100,0



**Figura 4: Actividad que desempeña la empresa**

**Análisis e Interpretación**

El 65,4% de las empresas que se encuentran en Belisario Quevedo indican que la actividad que desempeñan es la gastronomía, 19,23% se dedican a otra actividad y un 15,4% de alojamiento dentro de la parroquia, con esta información se puede realizar una clasificación de las diferentes actividades que desempeñan cada una de las empresas pertenecientes a la parroquia.

Tabla N° 6 :

## Otra actividad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	21	80,8	80,8
Complejo Deportivo	1	3,8	3,8
Eventos y Banquetes	3	11,5	11,5
Ganadería	1	3,8	3,8
Total	26	100,0	100,0

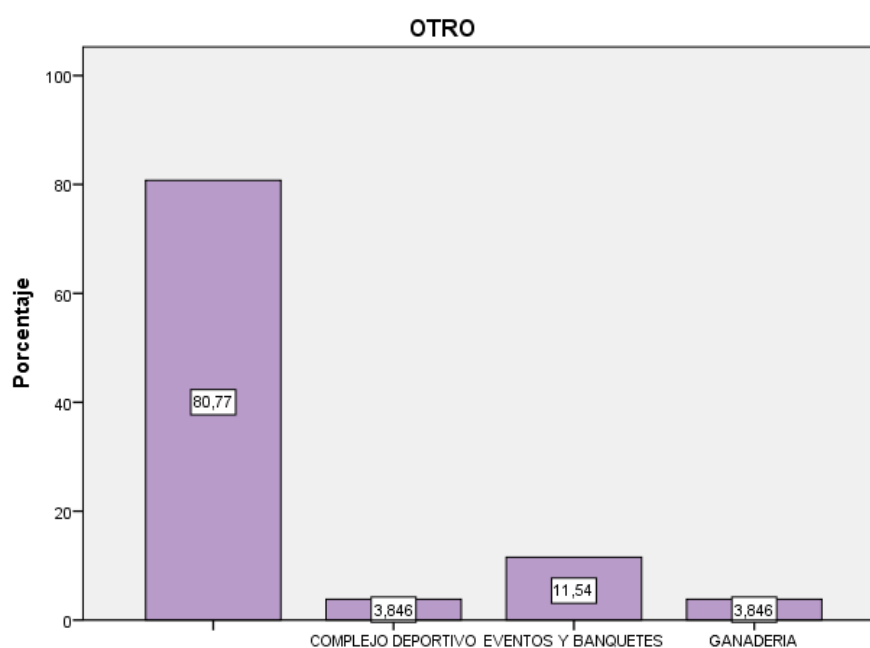


Figura 5: Otra actividad

## Análisis e Interpretación

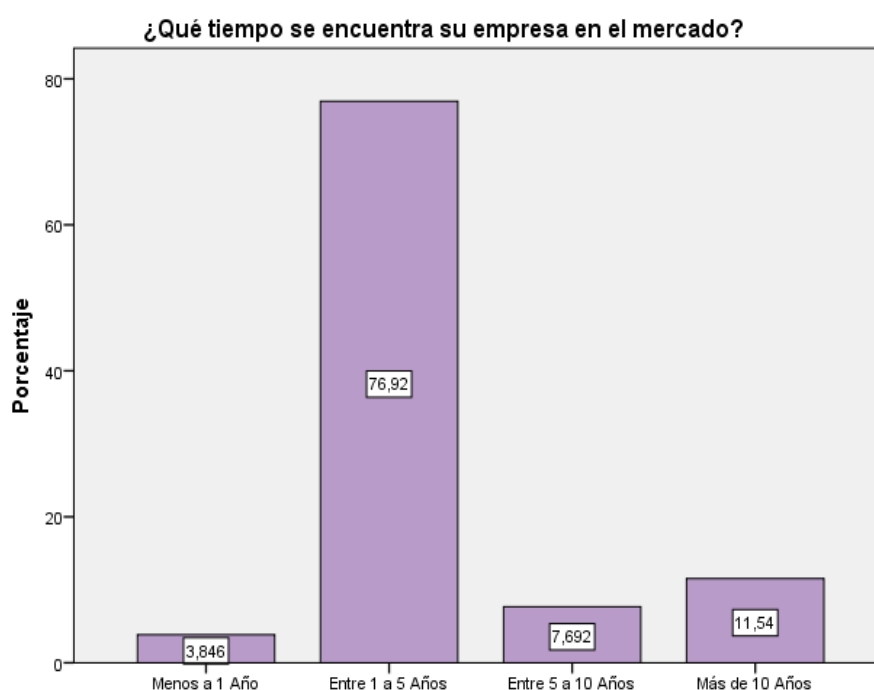
Del 19,2% las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos el 11,54% corresponde a que desempeñan la actividad de eventos y banquetes contando con una buena acogida ya que las personas tienen preferencia de realizar sus eventos en la naturaleza, siguiendo con 3,8% desempeña la actividad de un complejo deportivo en el que tiene aceptación de familias y finalmente un 3,8% que se dedica a la ganadería lo que se supo manifestar que esta entidad tiene visitas por expectativa del ordeño. Cabe destacar que el 80,77% representan a las actividades antes mencionadas.

**Pregunta 2.-** ¿Qué tiempo se encuentra su empresa en el mercado?

**Tabla N° 7:**

**Tiempo de las empresas en el mercado**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Menos a 1 Año	1	3,8	3,8
	Entre 1 a 5 Años	20	76,9	76,9
	Entre 5 a 10 Años	2	7,7	7,7
	Más de 10 Años	3	11,5	11,5
	Total	26	100,0	100,0



**Figura 6: Tiempo de las empresas en el mercado**

**Análisis e Interpretación**

Del total de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos el 76,92% se encuentran entre 1 a 5 años en el mercado lo que se puede mencionar que son empresas nuevas, 11,54% más de 10 años en el mercado, 7,69% entre 5 a 10 años y un 3,84% están menos a 1 año el cual estas empresas de menor tiempo no pueden brindar información de cómo ha variado su aceptación durante el transcurso del tiempo.

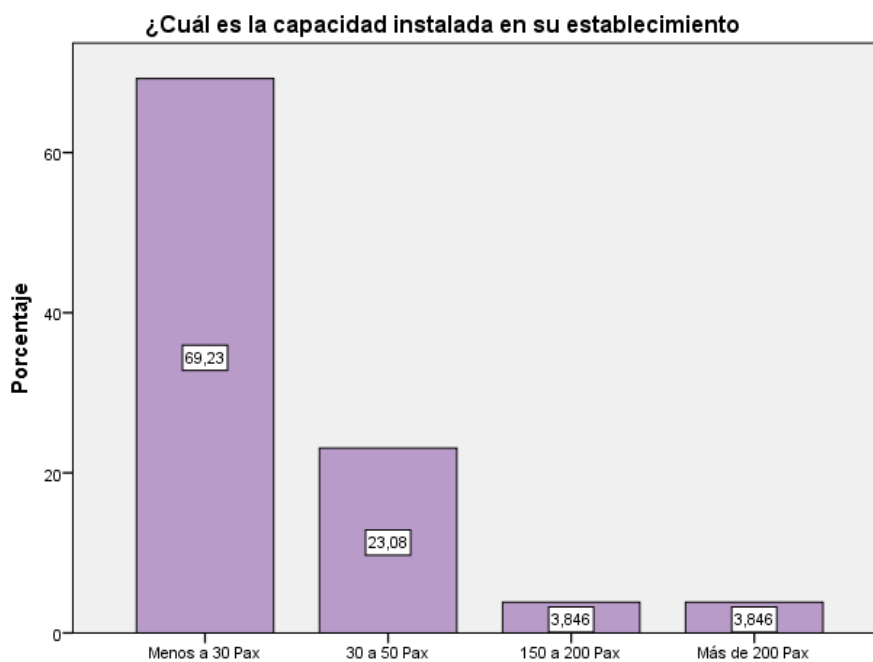


**Pregunta 3.-** ¿Cuál es la capacidad instalada en su establecimiento?

**Tabla N° 8:**

**Capacidad instalada**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Menos a 30 Pax	18	69,2	69,2
	30 a 50 Pax	6	23,1	23,1
	150 a 200 Pax	1	3,8	3,8
	Más de 200 Pax	1	3,8	3,8
	Total	26	100,0	100,0



**Figura 7: Capacidad instalada**

**Análisis e Interpretación**

El 69,2% de los prestadores de servicios turístico tienen una capacidad instalada en su establecimiento menos a 30 pax en cuanto a restaurantes, 23,08% entre 30 a 50 pax y un 3,8% entre 150 y más de 200 pax ya que estas son dedicadas a eventos, lo cual se manifiesta que cada empresa si puede llevar un registro de las personas que visitan sus empresas mensualmente y podrán brindar la información al observatorio.

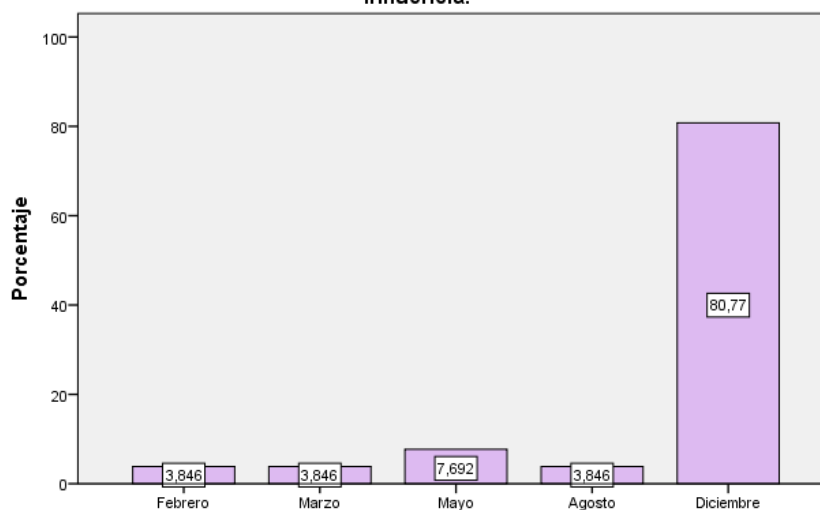
**Pregunta 4.-** ¿Cuáles son los meses que mayor acogida tiene su establecimiento durante el año?, califique del 1 al 3, siendo 3 el mes de mayor influencia y el 1 de menor influencia.

**Tabla N° 9:**

**Meses de mayor acogida**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Febrero	1	3,8	3,8
	Marzo	1	3,8	3,8
	Mayo	2	7,7	7,7
	Agosto	1	3,8	3,8
	Diciembre	21	80,8	80,8
	Total	26	100,0	100,0

¿Cuál son los meses que mayor acogida tiene su establecimiento durante el año?, califique del 1 al 3 siendo 3 el mes de mayor influencia y el 1 de menor influencia.



**Figura 8: Meses de mayor acogida**

**Análisis e Interpretación**

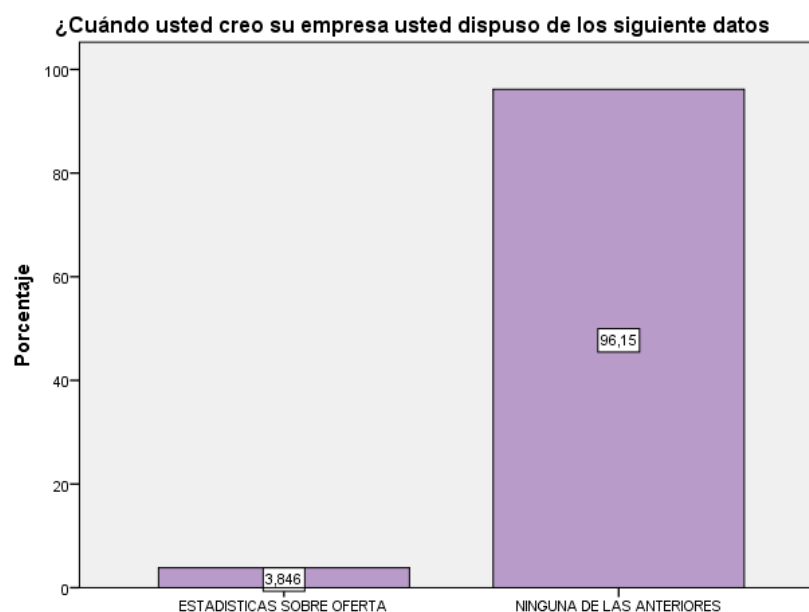
El 80,77% de los prestadores de servicios turísticos indican que Diciembre es el mes de mayor influencia siguiendo el mes de Mayo con un 7,69% y los meses de febrero, marzo, agosto son meses de mayor acogida por parte de los visitantes de parroquia de manera que son cinco meses que resaltan durante todo un año en cuanto a ventas relacionadas con el turismo.

**Pregunta 5.-** ¿Cuándo usted creó su empresa dispuso de los siguientes datos?

**Tabla N° 10:**

**Dispuso datos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Estadísticas sobre oferta	1	3,8	3,8
	Ninguna de las anteriores	25	96,2	96,2
	Total	26	100,0	100,0



**Figura 9: Dispuso de datos**

**Análisis e Interpretación**

Los datos obtenidos de las encuestas el 96,1% de los prestadores de servicio turístico indican que no contaban con ningún dato estadístico al momento de crear su entidad sin tener conocimiento de que funcione o no y un 3,8% que conto con datos sobre oferta turística por una investigación particular realizada por la misma, con este dato es favorable para la aplicación del observatorio dentro de la parroquia.

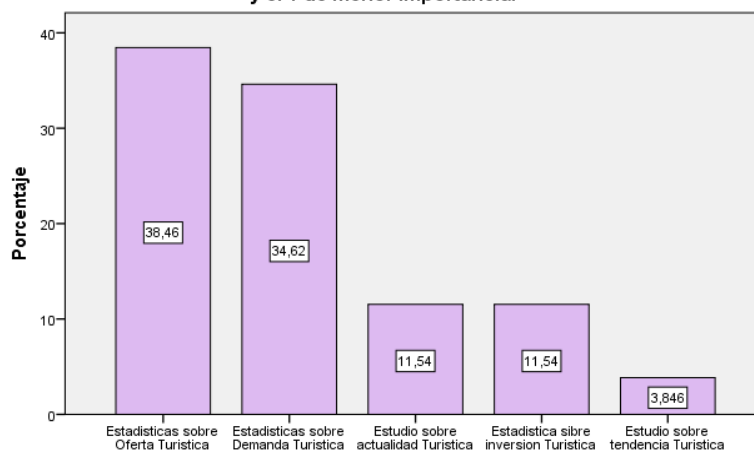
**Pregunta 6.-** ¿Qué información turística quisiera que se le proporcione para una correcta toma de decisiones empresariales?, califique del 1 al 5, siendo 5 el de mayor importancia y el 1 de menor importancia

**Tabla N° 11:**

**Información turística**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Estadísticas sobre Oferta Turística	10	38,5	38,5
	Estadísticas sobre Demanda Turística	9	34,6	34,6
	Estudio sobre actualidad Turística	3	11,5	11,5
	Estadística sobre inversión Turística	3	11,5	11,5
	Estudio sobre tendencia Turística	1	3,8	3,8
	Total	26	100,0	100,0

¿Qué información turística quisiera que se le proporcionen una correcta toma de decisiones empresariales?, califique del 1 al 5, siendo 5 el de mayor importancia y el 1 de menor importancia.



**Figura 10: Información turística**

**Análisis e Interpretación**

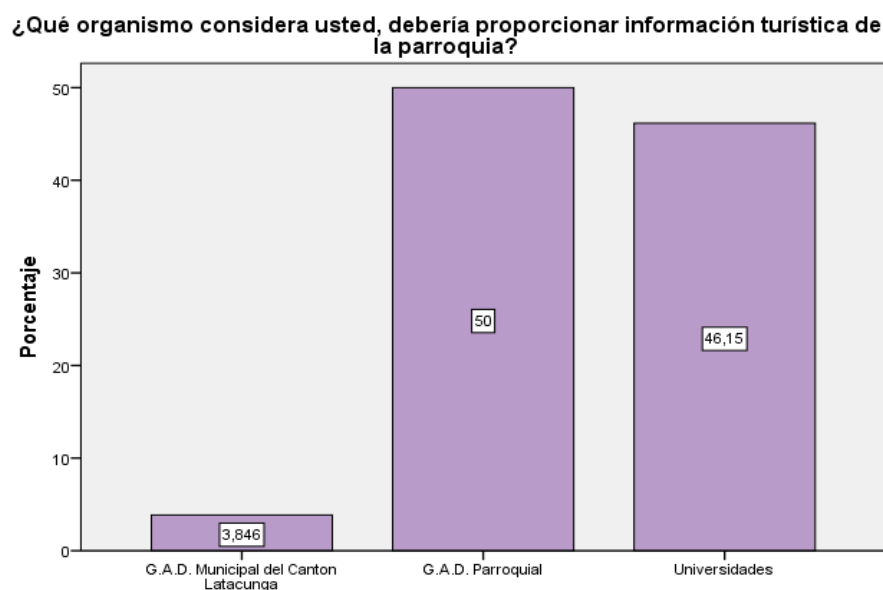
Las empresas indican que el 38,46% la mayor importancia de información que quieren tener es sobre oferta turística, 34,62% desean conocer la demanda turística, 11,54% la actualidad turística, la inversión turística y un 3,84% quisieran información sobre tendencias turística que existe dentro de la parroquia de Belisario Quevedo de manera que esto se tomará en cuenta para el Observatorio Turístico.

**Pregunta 7.-** ¿Qué organismo considera usted, debería proporcionar información turística de la parroquia?

**Tabla N° 12:**

**Organismo a proporcionar información**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	G.A.D. Municipal del Cantón Latacunga	1	3,8	3,8
	G.A.D. Parroquial	13	50,0	50,0
	Universidades	12	46,2	46,2
	Total	26	100,0	100,0



**Figura 11: Organismo a proporcionar información**

**Análisis e Interpretación**

El 50% indican que el G.A.D parroquial es el organismo que debería proporcionar información turística, 46,15% las Universidad y el 3,8% el G.A.D. del cantón Latacunga, por lo que las empresas podrán dirigirse a solicitar información y poder confiar de datos actualizados de cada una de las empresas para que puedan utilizar de la mejor manera.

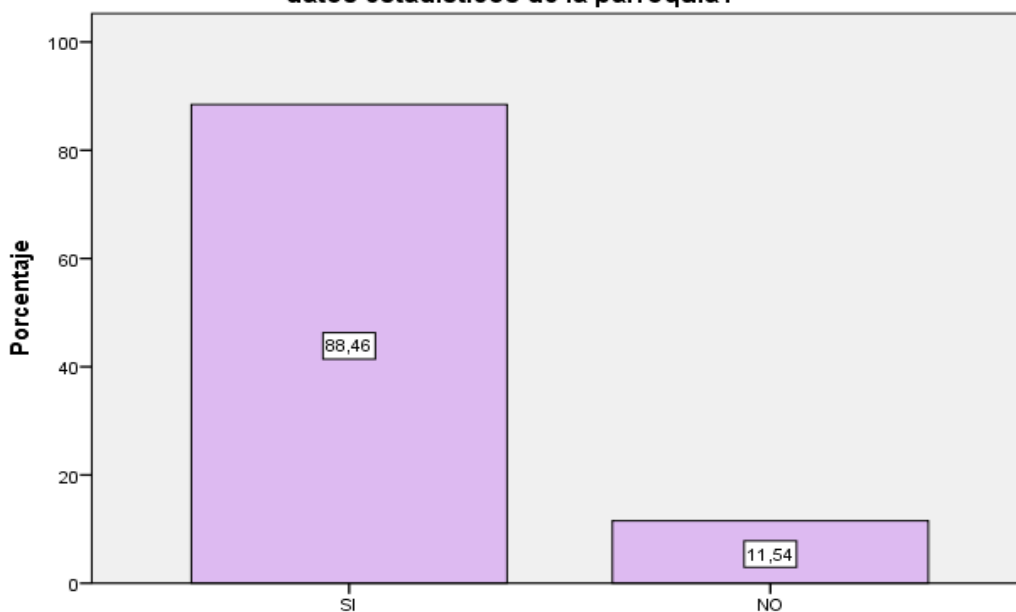
**Pregunta 8.-** ¿Estaría dispuesto a aportar con información turística de su empresa para tener datos estadísticos de la parroquia?

**Tabla N° 13:**

**Dispuestos a dar información de las empresas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Si	23	88,5	88,5
	No	3	11,5	11,5
	Total	26	100,0	100,0

¿Estaría dispuesto a aportar con información turística de su empresa para tener datos estadísticos de la parroquia?



**Figura 12: Dispuesto a dar información de las empresas**

**Análisis e Interpretación**

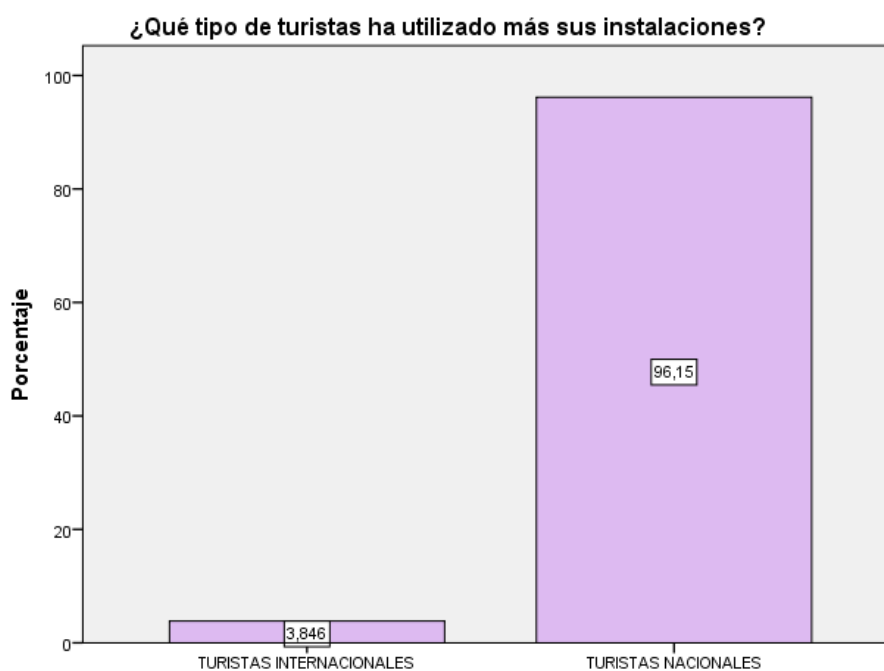
Del total de las empresas el 88,5% están dispuestas a aportar con información turística de su entidad para tener datos estadísticos de la parroquia y un 11,5% de no estar de acuerdo, por tanto es favorable ya que son la mayoría que aportaran para facilitar la información que ira dentro del observatorio y permite que sean datos más confiables.

**Pregunta 9.-** ¿Qué tipo de turistas ha utilizado más sus instalaciones?

**Tabla N° 14:**

**Tipo de turistas que más visitan**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Turistas Internacionales	1	3,8	3,8%
	Turistas Nacionales	25	96,2	96,2
	Total	26	100,0	100,0



**Figura 13: Tipo de turista que más visitan**

**Análisis e Interpretación**

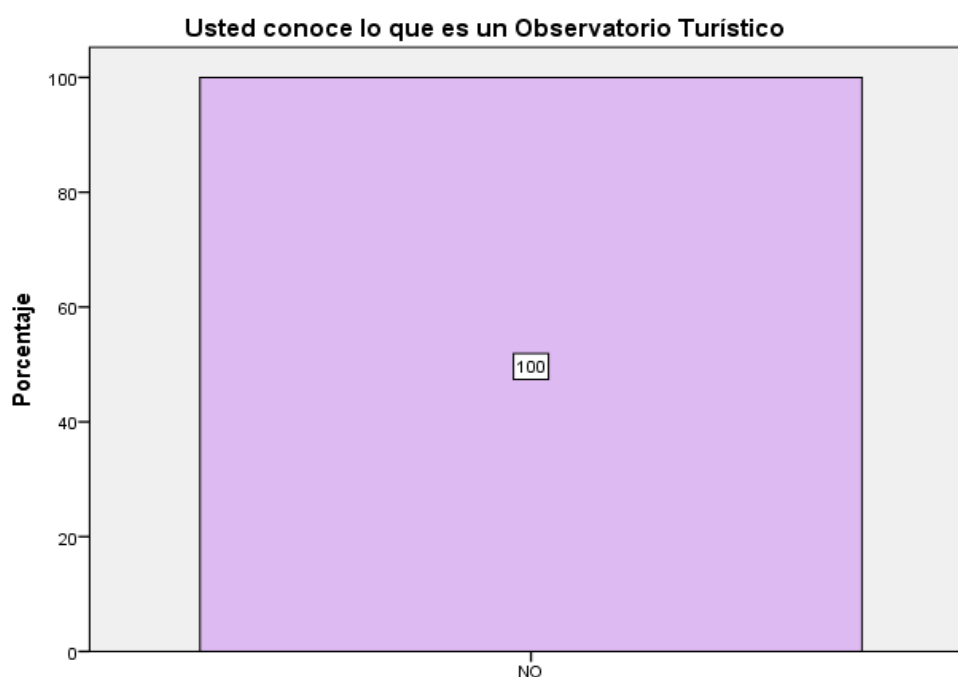
El 96,2% de las empresas manifiestan que los visitantes que más utilizan sus instalaciones son turistas nacionales y en el 3,8% que son turistas internacionales, lo cual los turistas que más visitan y utilizan las instalaciones de los diferentes establecimientos son ecuatorianos.

**Pregunta 10.-** Usted conoce lo que es un Observatorio Turístico

**Tabla N° 15:**

**Conoce lo que es un Observatorio Turístico**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	No	26	100%	100%



**Figura 14: Conoce lo que es un Observatorio Turístico**

**Análisis e Interpretación**

Del total de las empresas encuestadas el 100% responden que desconocen que es un Observatorio turístico, quien permite que esta investigación sea un proyecto viable para su elaboración.

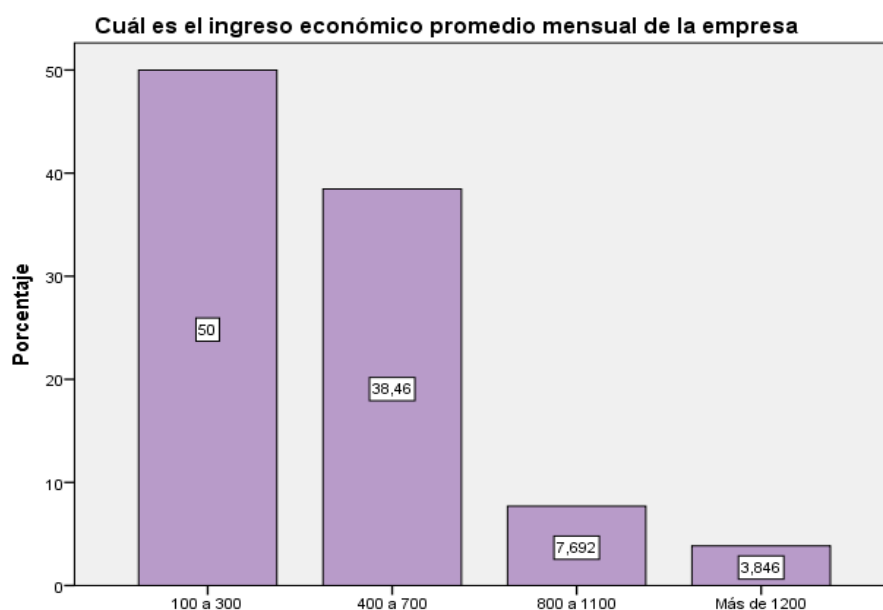


**Pregunta 11.-** Cuál es el ingreso económico promedio mensual de la empresa

**Tabla N° 16:**

**Ingreso económico promedio de las empresas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	100 a 300	13	50,0	50,0
	400 a 700	10	38,5	38,5
	800 a 1100	2	7,7	7,7
	Más de 1200	1	3,8	3,8
	Total	26	100,0	100,0



**Figura 15: Ingreso económico promedio de las empresas**

**Análisis e Interpretación**

El 50% de los prestadores de servicios turísticos tienen un ingreso económico promedio de 100 a 300 dólares al mes, 38,46% entre 400 a 700 dólares, 7,69% varía de 800 a 1100 dólares y un 3,8% a más 1200 dólares, se puede decir que el ingreso no es tan bueno en la mayoría de los prestadores de servicios pero cabe mencionar que existen empresas que tienen ingresos altos por su buena acogida.

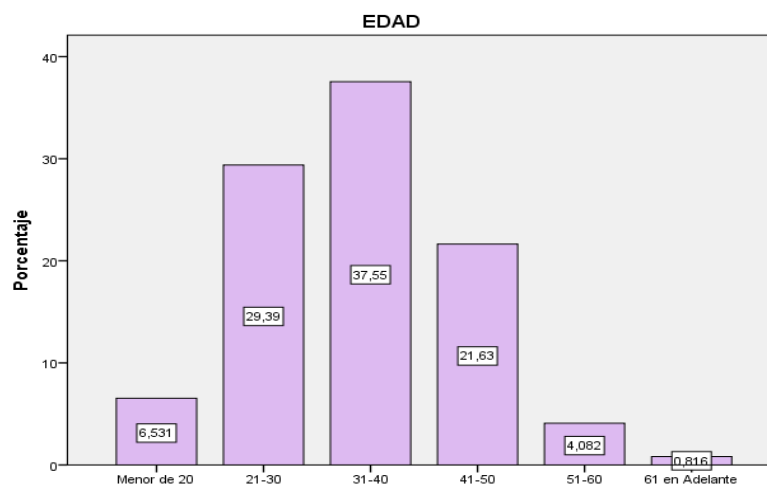
Tabulación de las encuestas realizadas a los turistas que visitan la parroquia Belisario Quevedo.

Edad

**Tabla N° 17:**

**Edad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Menor de 20	16	6,5	6,5
	21-30	72	29,4	29,4
	31-40	92	37,6	37,6
	41-50	53	21,6	21,6
	51-60	10	4,1	4,1
	61 en Adelante	2	,8	,8
	Total	245	100,0	100,0



**Figura 16: Edad**

### **Análisis e Interpretación**

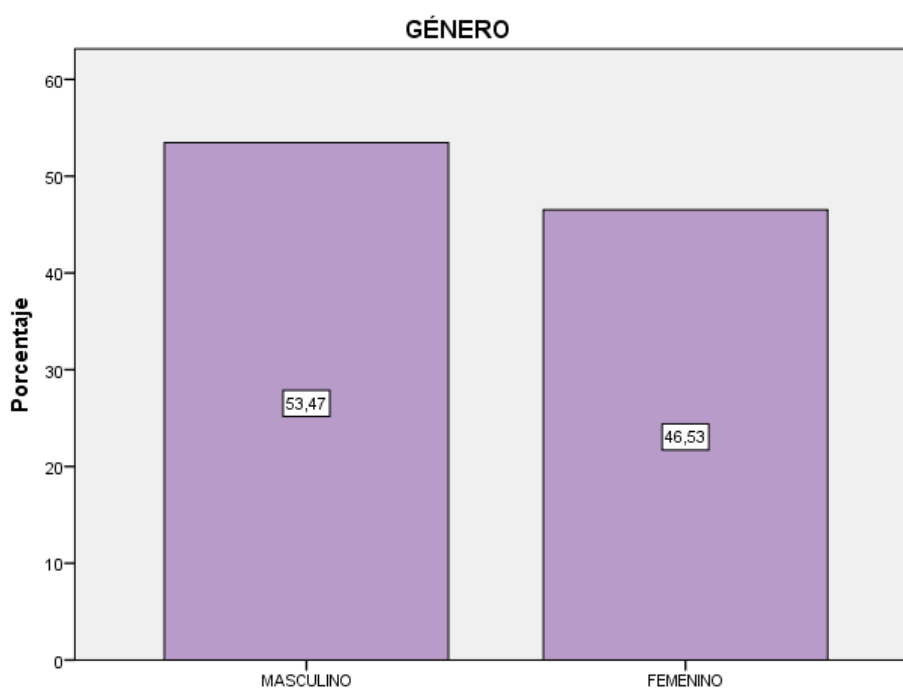
De las 245 personas encuestadas el 37,14% corresponden entre 31 y 40 años de edad, 29,39% de 21 a 30, 21,63% de 41 a 50 años, 6,53% personas menores a 20, el 4,08 entre 51 a 60 y un 0,8% tienen 61 años en adelante por ende a la parroquia Belisario Quevedo visitan mayor cantidad de personas adultas.

Género

**Tabla N° 18:**

**Género**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Masculino	131	53,5	53,5
	Femenino	114	46,5	46,5
	Total	245	100,0	100,0



**Figura 17: Género**

### **Análisis e Interpretación**

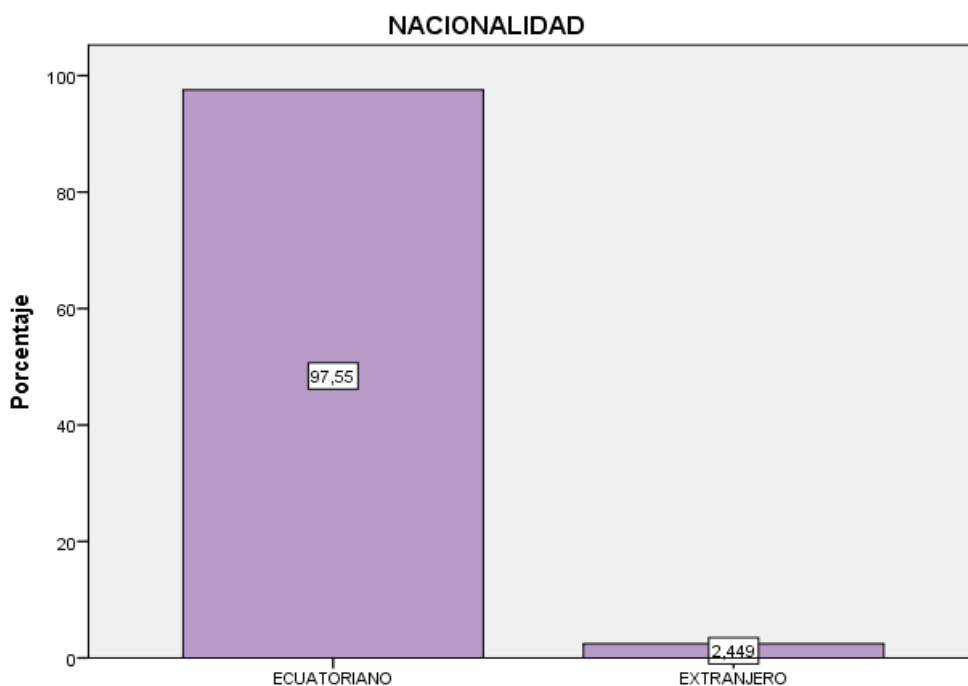
El género que mayor actividad turística tiene en la parroquia es masculino con un indicador del 53,47% mientras que el restante 46,53% corresponden al género femenino, por lo tanto existe mayor cantidad de hombres que visitan el sector para realizar diferentes actividades en la parroquia.

Nacionalidad

**Tabla N° 19:**

**Nacionalidad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Ecuatoriano	239	97,6	97,6
	Extranjero	6	2,4	2,4
	Total	245	100,0	100,0



**Figura 18: Nacionalidad**

**Análisis e Interpretación**

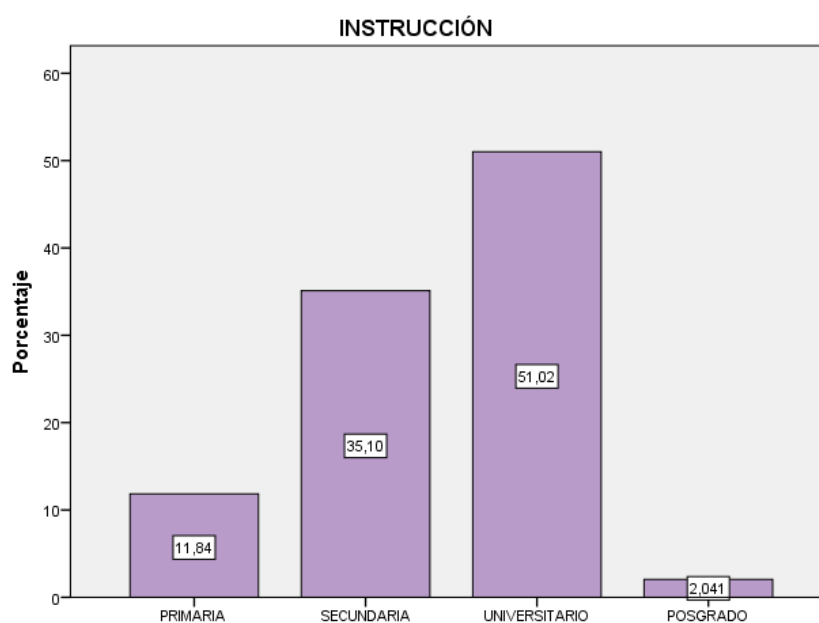
Del total de las encuestas el 97,55% corresponden a la nacionalidad ecuatoriana y un 2,44% a una nacionalidad extranjera, dando esto como resultado que las personas que visitan con mayor frecuencia a la parroquia son pertenecientes a las diferentes provincias del país.

Nivel de instrucción

**Tabla N° 20:**

**Nivel de instrucción**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Primaria	29	11,8	11,8
	Secundaria	86	35,1	35,1
	Universitario	125	51,0	51,0
	Posgrado	5	2,0	2,0
	Total	245	100,0	100,0



**Figura 19: Nivel de instrucción**

**Análisis e Interpretación**

Del 100% de los encuestados que visitan la parroquia Belisario Quevedo el 51,02% tienen estudios de tercer nivel, 35,10% es nivel secundaria, 11,84% son de nivel primaria y con un 2,04% correspondiente a posgrado lo que quiere decir que existe mayor cantidad de personas preparadas con estudios de tercer nivel que visitan la parroquia Belisario Quevedo y así aportan ingresos económicos a los establecimientos de la parroquia.

## Ocupación

Tabla N° 21:

## Ocupación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Estudiante	49	20,0	20,0
	Trabajador	165	67,3	67,3
	Ama de casa	27	11,0	11,0
	Jubilado	4	1,6	1,6
	Total	245	100,0	100,0

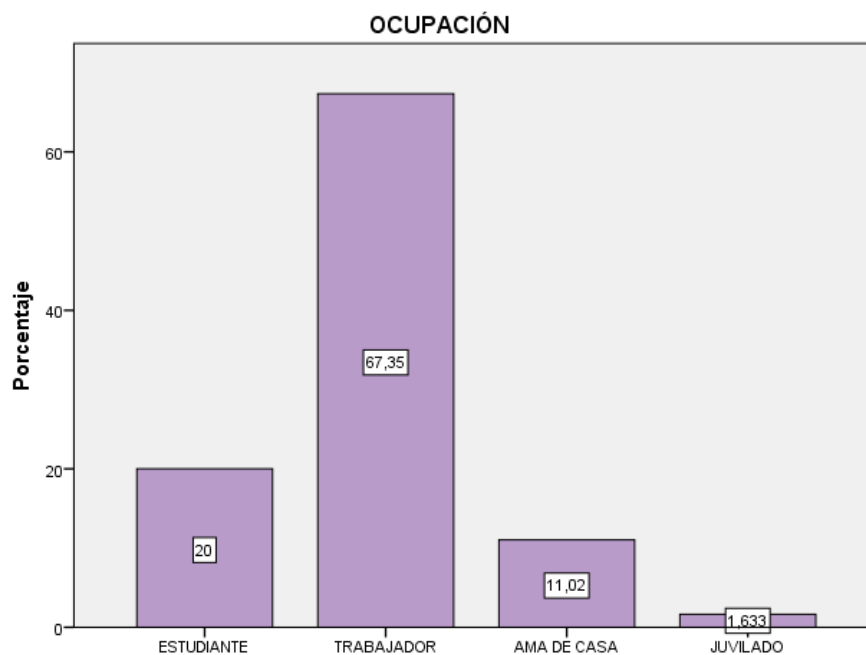


Figura 20: Ocupación

## Análisis e Interpretación

El 67,35% responden que trabajan, 20% estudian, 11,02% tienen la ocupación de amas de casa y 1,63% son jubilados, esto tiene a considerarse que existe una gran cantidad de personas trabajadoras que visitan la parroquia Belisario Quevedo.

## Ingresos mensuales

Tabla N° 22:

## Ingresos mensuales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Menos de 500	62	25,3	25,3
	600 A 1000	92	37,6	37,6
	1500 A 2000	59	24,1	24,1
	2500 A 3000	2	,8	,8
	No responde	30	12,2	12,2
	Total	245	100,0	100,0

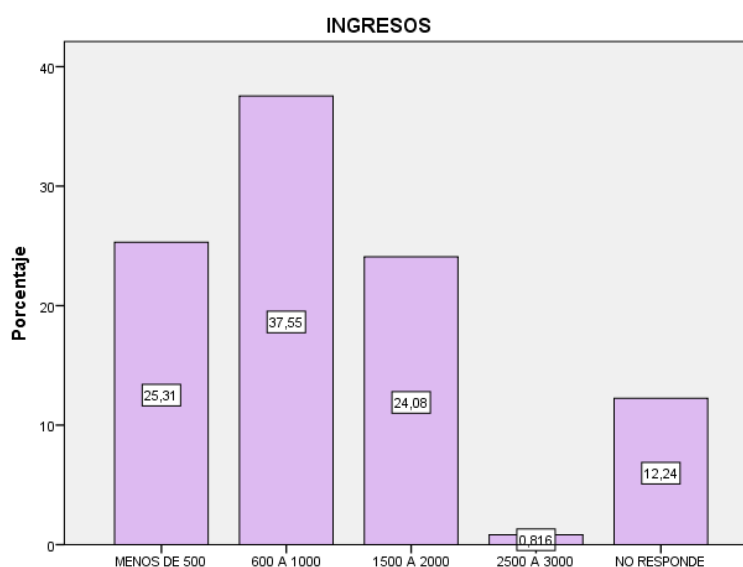


Figura 21: Ingresos mensuales

## Análisis e Interpretación

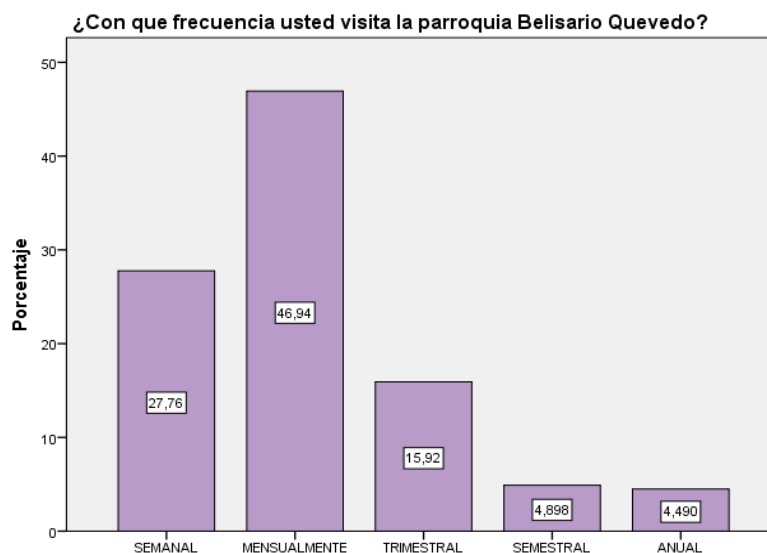
Del total de los encuestados el 37,14% corresponden a un ingreso entre 600 a 1000 dólares, 25,31% menos de 500 dólares, 24,08% tienen un ingreso de 1500 a 2000, 12,24% no responden a esta pregunta y un 0,81% de 2500 a 3000 dólares mensuales de manera que los sueldos de quienes visitan la parroquia son superior al sueldo básico.

**Pregunta 1.-** ¿Con que frecuencia usted visita la parroquia de Belisario Quevedo?

**Tabla N° 23:**

**Frecuencia de visita**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Semanal	68	27,8
	Mensualmente	115	46,9
	Trimestral	39	15,9
	Semestral	12	4,9
	Anual	11	4,5
	Total	245	100,0



**Figura 22: Frecuencia de visitas**

**Análisis e Interpretación**

El 46,94% de los encuestados visitan mensualmente la parroquia, 27,76% se dirigen semanalmente, 15,92% trimestral, 4,89% semestral y un 4,49% acuden anualmente a la parroquia Belisario Quevedo, dado que la mayoría de las personas que visitan lo hacen cada mes por realizar diferentes actividades turísticas dentro de la parroquia.



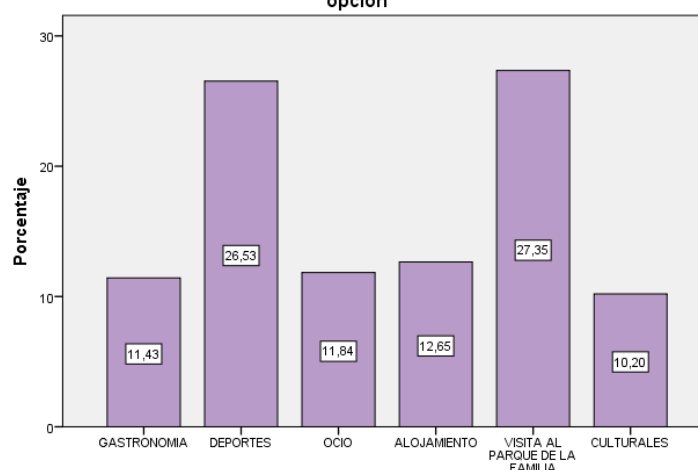
**Pregunta 2.-** ¿Cuál es la actividad turística por la cual visita la parroquia?  
 Seleccione una sola opción

**Tabla N° 24:**

**Actividad turística**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Gastronomía	28	11,4	11,4
	Deportes	65	26,5	26,5
	Ocio	29	11,8	11,8
	Alojamiento	31	12,7	12,7
	Visita al parque de la familia	67	27,3	27,3
	Culturales	25	10,2	10,2
	Total	245	100,0	100,0

¿Cuál es la actividad turística por la cual visita la parroquia?. Seleccione una sola opción



**Figura 23: Actividad turística**

**Análisis e Interpretación**

Del total de los encuestados el 27,35% visitan el parque de la familia, 26,53% realizan deportes, 12,65% se alojan, 11,84% por ocio, 11,43% gastronomía y el 10,20% es por la parte cultural, cabe mencionar que las personas visitan los fines de semana el parque ya que les permite compartir con sus familias y realizar diferentes actividades deportivas.

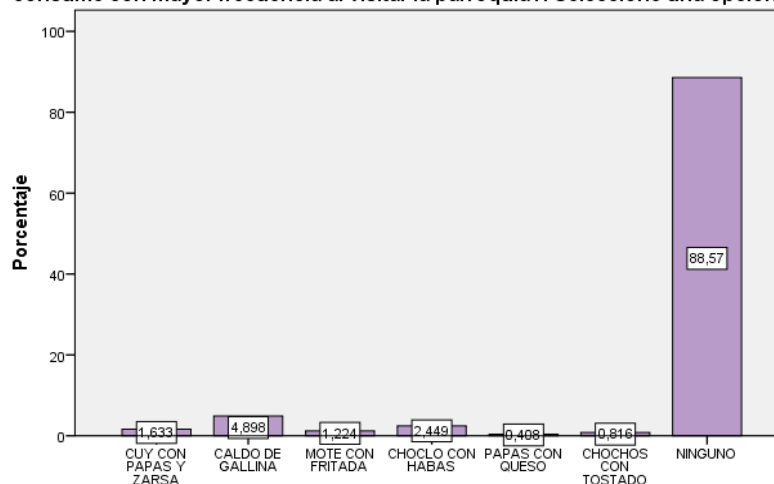
**Pregunta 3.-** ¿En caso de seleccionar gastronomía, ubique cuales son los platos que consume con mayor frecuencia al visitar la parroquia? Selecciones una sola opción

**Tabla N° 25:**

**Gastronomía**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Cuy con papas y zarsa	4	1,6	1,6
	Caldo de gallina	12	4,9	4,9
	Mote con fritada	3	1,2	1,2
	Choclo con habas	6	2,4	2,4
	Papas con queso	1	,4	,4
	Chochos con tostado	2	,8	,8
	Ninguno	217	88,6	88,6
	Total	245	100,0	100,0

¿En caso de seleccionar Gastronomía, ubique cuales son los platos que consume con mayor frecuencia al visitar la parroquia?. Seleccione una opción



**Figura 24: Gastronomía**

**Análisis e Interpretación**

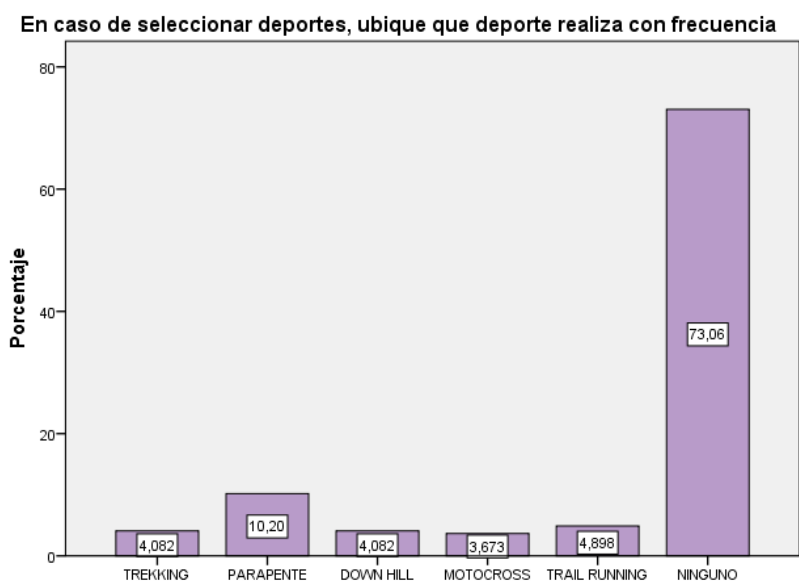
Quienes seleccionaron gastronomía el 4.89% manifiestan que consumen con frecuencia el caldo de gallina y el 1,63% degustan el cuy con papas y zarsa, por lo tanto se puede manifestar que existe gran mayoría de personas que consumen con frecuencia el caldo de gallina cuando visitan la parroquia.

**Pregunta 4.-** En caso de seleccionar deportes, ubique que deporte realiza con frecuencia

**Tabla N° 26:**

**Deportes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Trekking	10	4,1	4,1
	Parapente	25	10,2	10,2
	Down hill	10	4,1	4,1
	Motocross	9	3,7	3,7
	Trail running	12	4,9	4,9
	Ninguno	179	73,1	73,1
	Total	245	100,0	100,0



**Figura 25: Deportes**

**Análisis e Interpretación**

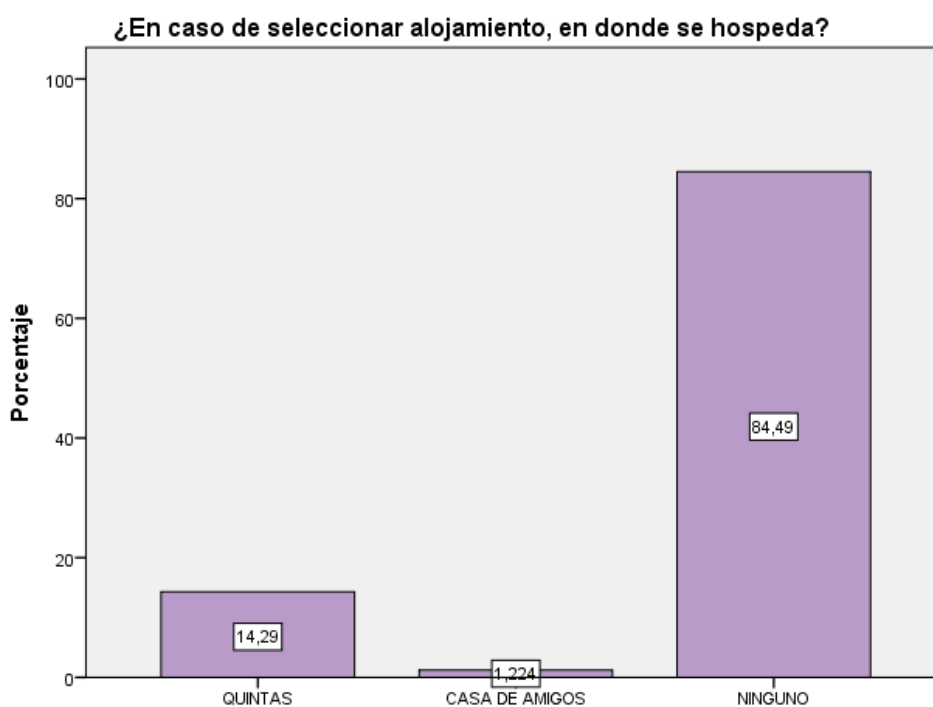
Las personas que seleccionaron la opción deportes el 10,20% corresponde a parapente, 4,89% realizan trail running, 4,08% trekking, 4,08% down hill y el 3,67% realizan motocross; las personas que realizan este tipo de deportes lo hacen en el cerro Putzalahua ya que es ahí donde encuentra un lugar adecuado para realizar este tipo de actividad.

**Pregunta 5.-** ¿En caso de seleccionar alojamiento, en donde se hospeda?

**Tabla N° 27:**

**Alojamiento**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Quintas	35	14,3	14,3
	Casa de amigos	3	1,2	1,2
	Ninguno	207	84,5	84,5
	Total	245	100,0	100,0



**Figura 26: Alojamiento**

**Análisis e Interpretación**

De las personas que seleccionaran la opción alojamiento el 14,29% deciden quedarse en Belisario Quevedo ya que ellos prefieren alojarse en quintas y 1,22% se queda en casa de amigos, la mayoría les gusta el servicio y la atención que reciben dentro de las diferentes quintas que se encuentran dentro de la parroquia.

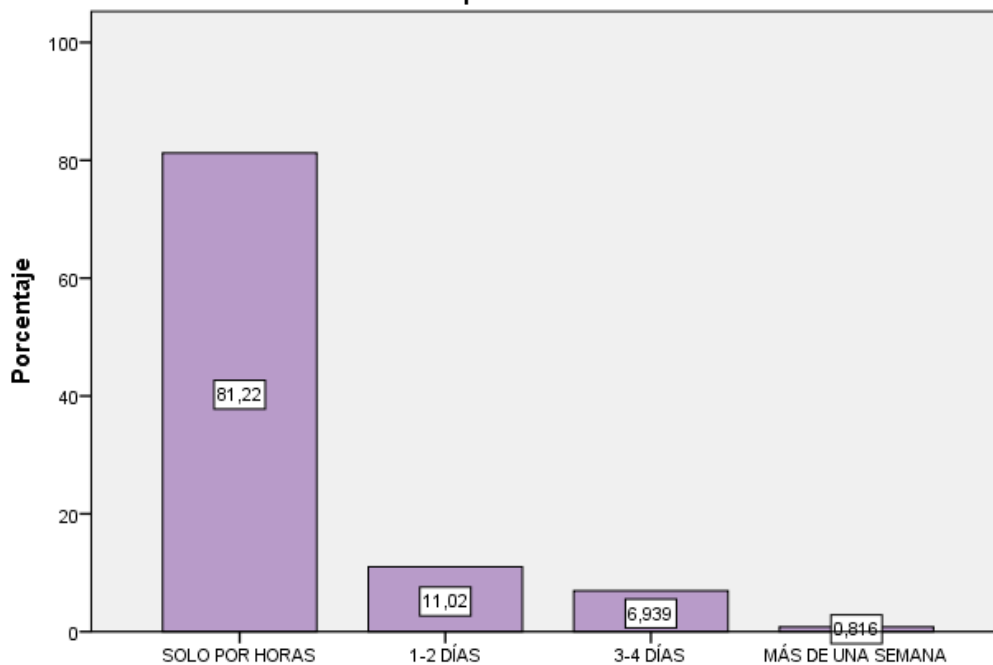
**Pregunta 6.-** ¿Cuándo visita la Parroquia de Belisario Quevedo cuanto tiempo de estadía se queda?

**Tabla N° 28:**

**Tiempo de estadía**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Solo por horas	199	81,2	81,2
	1-2 días	27	11,0	11,0
	3-4 días	17	6,9	6,9
	Más de una semana	2	,8	,8
	Total	245	100,0	100,0

**¿Cuándo visita la parroquia Belisario Quevedo cuanto tiempo de estadía se queda?**



**Figura 27: Tiempo de estadía**

**Análisis e Interpretación**

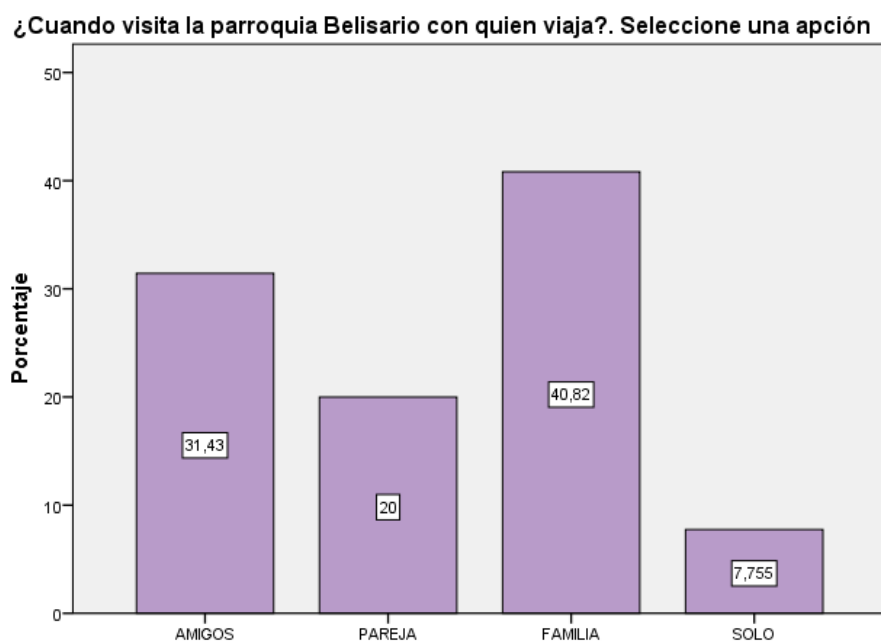
El 81,22% de las personas que visitan la parroquia lo hacen solo por horas, 11,02% de 1-2 días, 6,93% de 3 a 4 días y el 0,81% a más de una semana debido a que las personas deciden quedarse por motivos de feriados.

**Pregunta 7.-** ¿Cuándo visita la parroquia Belisario con quien viaja?  
 Seleccione una opción.

**Tabla N° 29:**

**Con quien viaja**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Amigos	77	31,4	31,4
	Pareja	49	20,0	20,0
	Familia	100	40,8	40,8
	Solo	19	7,8	7,8
	Total	245	100,0	100,0



**Figura 28 Con quien viaja**

**Análisis e Interpretación**

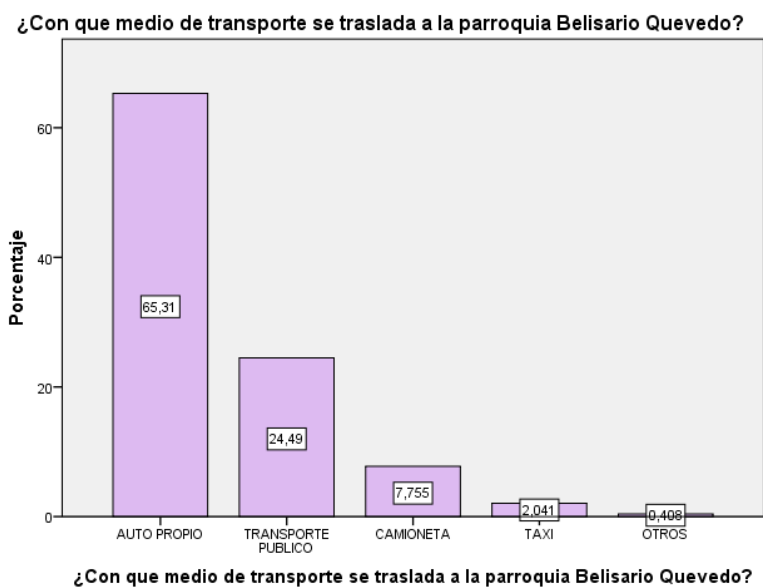
El 40,82% que deciden viajar a la parroquia Belisario Quevedo lo realizan junto a sus familias, 31,43% con amigos, 20% en parejas y el 7,75% visitan solos con el fin de realizar alguna actividad turística dentro de la parroquia.

**Pregunta 8.-** ¿Con que medio de transporte se traslada a la parroquia Belisario Quevedo?

**Tabla N° 30:**

**Medio de transporte**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Auto Propio	160	65,3	65,3
	Transporte Publico	60	24,5	24,5
	Camioneta	19	7,8	7,8
	Taxi	5	2,0	2,0
	Otros	1	,4	,4
	Total	245	100,0	100,0



**Figura 29: Medio de transporte**

**Análisis e Interpretación**

De las 245 personas encuestadas el 65,31% cuando deciden visitar la parroquia Belisario Quevedo se trasladan en auto propio por su comodidad y confort, 24,49% en transporte público, 7,75% en camionetas y el 2,04% se traslada en taxis ya que los fines de semana no se cuenta con frecuencia continua de los buses.

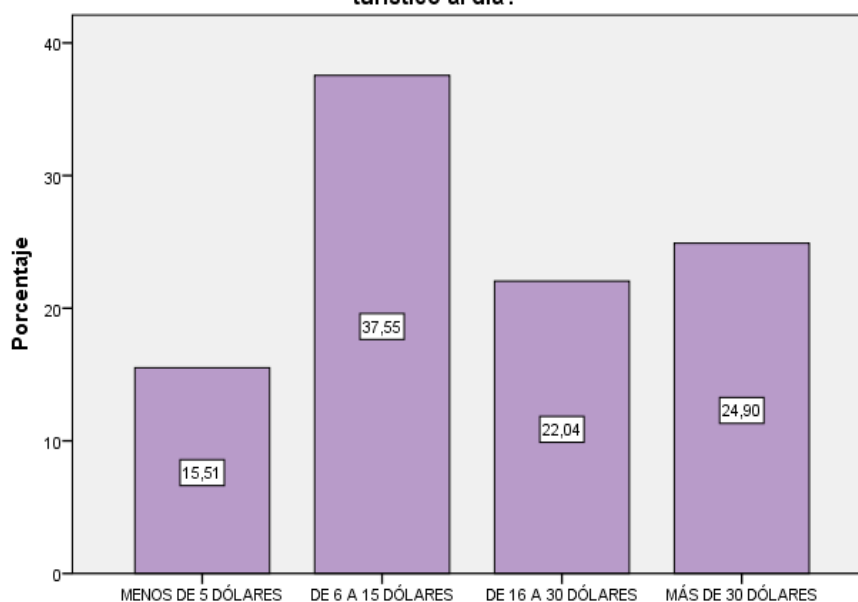
**Pregunta 9.-** Cuando visita la Parroquia ¿Cuál es su gasto económico en servicios y sitios turísticos al día?

**Tabla N° 31:**

**Gasto económico**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Menos de 5 dólares	38	15,5	15,5
	De 6 a 15 dólares	92	37,6	37,6
	De 16 a 30 dólares	54	22,0	22,0
	Más de 30 dólares	61	24,9	24,9
	Total	245	100,0	100,0

**Quando visita la parroquia ¿Cuál es su gasto económico en servicios y sitios turístico al día?**



**Figura 30: Gasto económico**

**Análisis e Interpretación**

El 37,55% que visitan la parroquia Belisario Quevedo su gasto económico que se generan al visitar al día es entre 6 a 15 dólares y el 15,51% de las personas gastan menos de 5 dólares ya que se les origina por los pasajes para llegar a la parroquia.

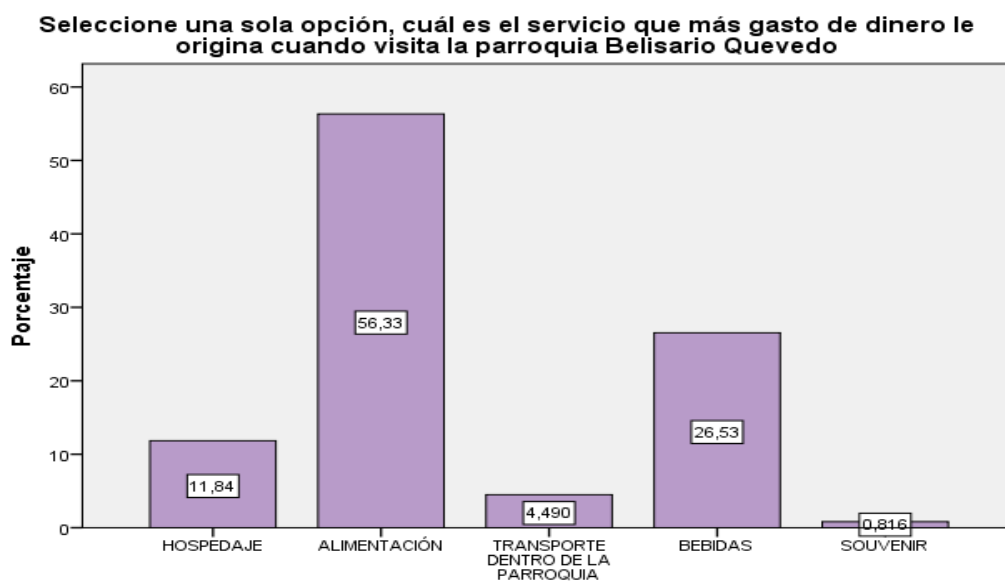


**Pregunta 10.-** Seleccione una sola opción. ¿Cuál es el servicio que más gasto de dinero le origina cuando visita la parroquia Belisario Quevedo?

**Tabla N° 32:**

**Servicio que más gasto de dinero origina**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Hospedaje	29	11,8	11,8
	Alimentación	138	56,3	56,3
	Transporte dentro de la parroquia	11	4,5	4,5
	Bebidas	65	26,5	26,5
	Souvenir	2	,8	,8
	Total	245	100,0	100,0



**Figura 31: Servicio que más gasto de dinero origina**

**Análisis e Interpretación**

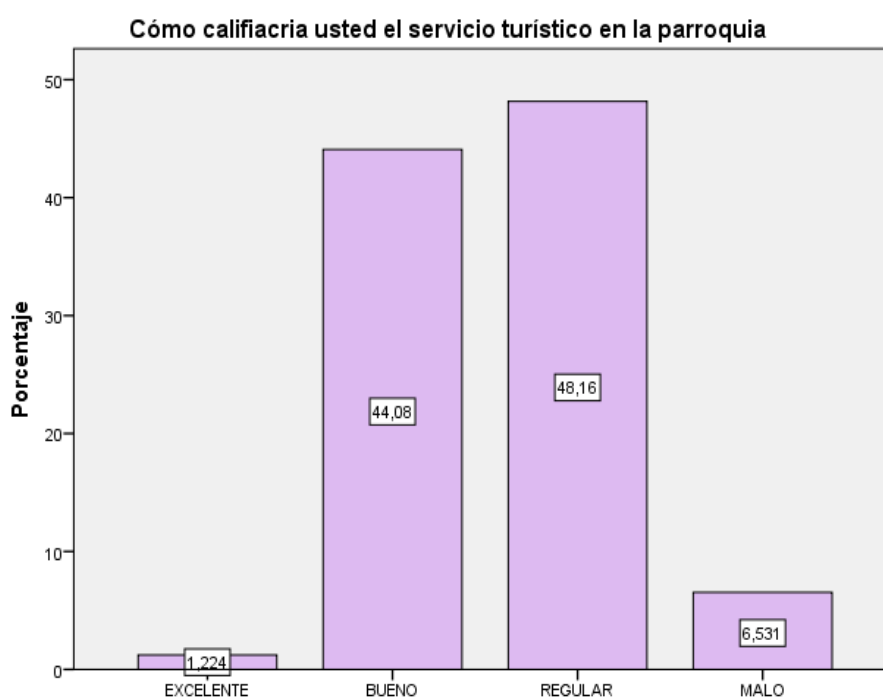
El 56,33% responden que la alimentación es el servicio que más gasto de dinero les origina siguiendo con 26,53% en bebidas, 11,84% en hospedaje, 4,49% de las personas que deciden visitar la parroquia gastan en transporte al movilizarse a los sitios de preferencia y un 0,81% en souvenir por lo que se puede deducir que las entidades dedicadas a la gastronomía deben dedicarse a brindar un mejor servicio.

**Pregunta 11.-** ¿Cómo calificaría usted el servicio turístico en la parroquia?

**Tabla N° 33:**

**Calificación del servicio turístico**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Excelente	3	1,2	1,2
	Bueno	108	44,1	44,1
	Regular	118	48,2	48,2
	Malo	16	6,5	6,5
	Total	245	100,0	100,0



**Figura 32: Calificación del servicio turístico**

**Análisis e Interpretación**

Del total de las personas encuestadas el 48,2% califican al servicio turístico como regular, 44,08% bueno, 6,53% consideran malo y el 1,2% como excelente por cuanto a estos datos se puede manifestar que con el conocimiento de esta información las empresas puedan brindar capacitaciones internas para sus colaboradores o a la vez tomar otras estrategias y así lograr ofrecer un servicio de calidad.

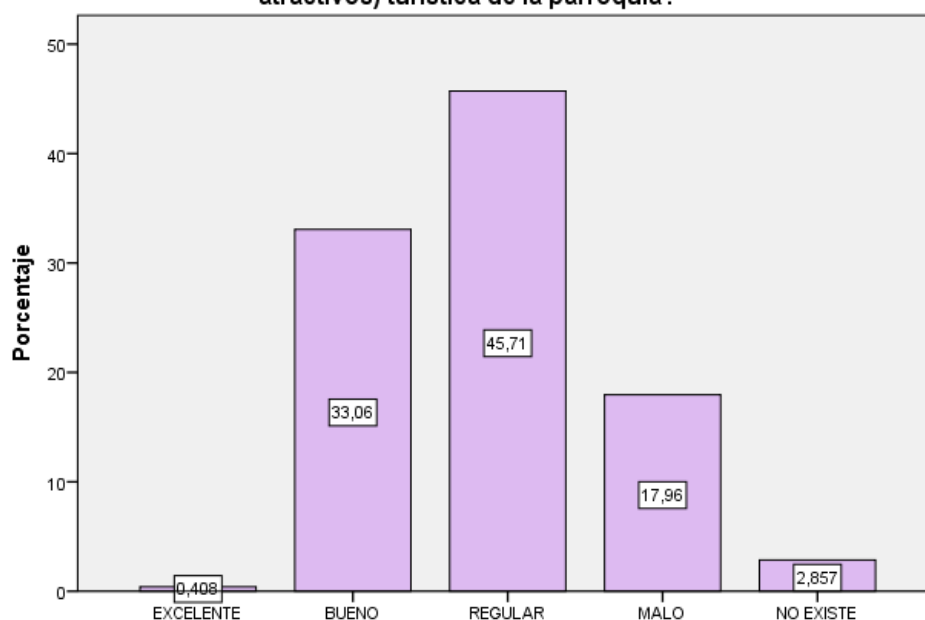
**Pregunta 12.-** ¿Cómo calificaría usted la información y señalética (letreros de orientación a los atractivos) turística de la Parroquia?

**Tabla N° 34:**

**Información y señaléticas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Excelente	1	,4	,4
	Buena	81	33,1	33,1
	Regular	112	45,7	45,7
	Mala	44	18,0	18,0
	No existe	7	2,9	2,9
	Total	245	100,0	100,0

¿Cómo calificaría usted la información y señalética (letreros de orientación a los atractivos) turística de la parroquia?



**Figura 33: Información y señaléticas**

**Análisis e Interpretación**

El 45,7% califican a la información y señalética turística como regular, 33,06% buena, 17,96% mala, 2,85% que no existe y un 0,4% indica que es excelente, lo que demuestra que se debe mejorar la señalética para poder tener mayor aceptación por parte de los turistas y se puedan llevar una mejor imagen de la parroquia.

## **GUÍA DE ENTREVISTA PARA EL PRESIDENTE DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO.**

El presente banco de preguntas tiene como objetivo el proponer un Observatorio Turístico en la parroquia Belisario Quevedo por lo que solicitamos información básica que usted conozca.

**Presidente de la parroquia Belisario Quevedo: Marco Ataballo**

**Tabla N° 35:**

### **Entrevista Presidente de la parroquia**

Preguntas	Respuestas
<b>1. Que tiempo lleva a cargo del GAD Parroquial</b>	Son 2 años de funciones
<b>2. Como ve usted que se ha desarrollado la actividad turística en la parroquia.</b>	El G.A.D. Parroquial ha venido fortaleciendo el circuito turístico que tiene la parroquia conjuntamente con las diferentes instituciones y comunidades que están dentro del circuito y la cual ha tenido resultados considerables por parte de los beneficiarios.
<b>3. Conoce usted de las empresas que se encuentran en la parroquia Belisario Quevedo</b>	Al venir el turista a visitar la parroquia se puede decir que se conoce de las avícolas con un número de galpones, una quesera en Culaguango, florícola, lugares de recepciones como son la quinta San Carlos y la Choza como pilares fundamentales en eventos.
<b>4. Usted ha generado información de datos estadísticos a los empresarios de la parroquia.</b>	Han generado información a quienes lo han solicitado.
<b>5. Los empresarios se han acercado a usted a pedirle alguna información de la situación actual de la parroquia.</b>	A parte de invitar para la renovación para los permisos ambientales no le han solicitado ninguna información.
<b>6. Cree usted que sea necesario un centro de información de datos estadísticos (Observatorio Turístico) en la parroquia.</b>	Seria de mucha utilidad porque les ayudaría con buena información para los que les visite la parroquia.
<b>7. Quien cree usted que debería administrar la información estadística de la parroquia.</b>	Como esta en la cabeza cree que se debería manejar coordinadamente con el G.A.D. Parroquial y un representante que salga del circuito turístico de la parroquia.

## GUÍA DE ENTREVISTA PARA EL REPRESENTANTE DE AGENCIA DE VIAJES DEL CANTÓN LATACUNGA

El presente banco de preguntas tiene como objetivo el proponer un Observatorio Turístico en la parroquia Belisario Quevedo por lo que solicitamos información básica que usted conozca.

**Empresa:** Volcan-Route Expeditions CIA.Ltda.

**Representante legal:** Lic. Ramiro Viteri

**Tabla N° 36:**

### Entrevista representante de agencias de viajes

Preguntas	Respuestas
1. <b>Que tiempo lleva a cargo de su empresa.</b>	Son 30 años de apertura
2. <b>Como ve usted que se ha desarrollado la actividad turística en el Cantón y en las parroquias</b>	Antes que existiera la erupción había bastante turismo comunitario, deportes trekking, climbing pero a raíz que se dio la erupción se ha eliminado el 99.9%.
3. <b>Conoce usted de las empresas que se encuentran en la parroquia Belisario Quevedo</b>	Sé que hay cierto tipo de hosterías o centros de acopio para recepción o algo por el estilo que se podría trabajar turísticamente pero de ahí no se conoce que exista algo ya formado.
4. <b>Usted ha generado información de los atractivos que se encuentran dentro de la parroquia Belisario Quevedo</b>	Atractivos generales desconoce pero como un atractivo como es el Putzalahua como una forma de aclimatación y de aprovechamiento de la biodiversidad de la zona sí.
5. <b>Usted ha generado información del cerro Putzalahua.</b>	Si ha generado información a los turistas como para coger aclimatación y que es lo más cercano de una montaña y una altura agradable que es principal para aclimatación.
6. <b>Cree usted que sea necesario un centro de información de datos estadísticos (Observatorio Turístico).</b>	Si claro podría ser para que tenga justamente información que no la tenemos, sería algo positivo.
7. <b>Quien cree usted que debería administrar la información estadística</b>	Dependiendo quienes vayan a pasar allá, como puede ser la misma comunidad o zonas que estén más relacionadas a la información turística, porque no todos pueden estar capacitados en dar información a un turista extranjero que habla inglés, francés a como dar información a un turista nacional ya que para esto si puede ser la comunidad en dar la información.

### 3.7. Comprobación de hipótesis

Para la verificación de hipótesis se utilizó el programa estadístico del SPSS, el mismo que se manejará el método estadístico del Chi cuadrado, el cual se plantea dos hipótesis:

**HO:** El Observatorio Turístico NO incide significativamente en la generación técnica de información turística requerida de la parroquia Belisario Quevedo.

**H1:** El Observatorio Turístico incide significativamente en la generación técnica de información turística requerida de la parroquia Belisario Quevedo.

#### Chi cuadrado

Para la utilización de este método del Chi cuadrado se ha considerado dos preguntas de la encuesta de los prestadores de servicio como es el caso de los números 6 y 8.

**Tabla N° 37:**

#### Comprobación de Hipótesis

Tabla de contingencia				
¿Qué información turística quisiera que se le proporcionen una correcta toma de decisiones empresariales?, califique del 1 al 5, siendo 5 el de mayor importancia y el 1 de menor importancia. * ¿Estaría dispuesto a aportar con información turística de su empresa para tener datos estadísticos de la parroquia?				
Recuento		¿Estaría dispuesto a aportar con información turística de su empresa para tener datos estadísticos de la parroquia?		Total
		SI	NO	
¿Qué información turística quisiera que se le proporcionen una correcta toma de decisiones empresariales?, califique del 1 al 5, siendo 5 el de mayor importancia y el 1 de menor importancia.	Estadísticas sobre Oferta Turística	9	1	10
	Estadísticas sobre Demanda Turística	9	0	9
	Estudio sobre actualidad Turística	2	1	3
	Estadística sobre inversión Turística	2	1	3
	Estudio sobre tendencia Turística	1	0	1
	<b>Total</b>		<b>23</b>	<b>3</b>

Tabla N° 38:

## Prueba del Chi Cuadrado

	Valor	GI	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,120 <sup>a</sup>	4	,390
Razón de verosimilitudes	4,457	4	,348
Asociación lineal por lineal	,871	1	,351
N de casos válidos	26		

a. 8 casillas (80,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,12.

Tabla N° 39:

## Chi Cuadrado

CATEGORÍA	FRECUENCIA OBSERVADA	FRECUENCIA ESPERADA	$\frac{(Fo - Fe)^2}{Fe}$
<b>Incide en la información turística</b>	23	50	14,58
<b>No incide en la información turística</b>	3	50	44,18
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>58,76</b>

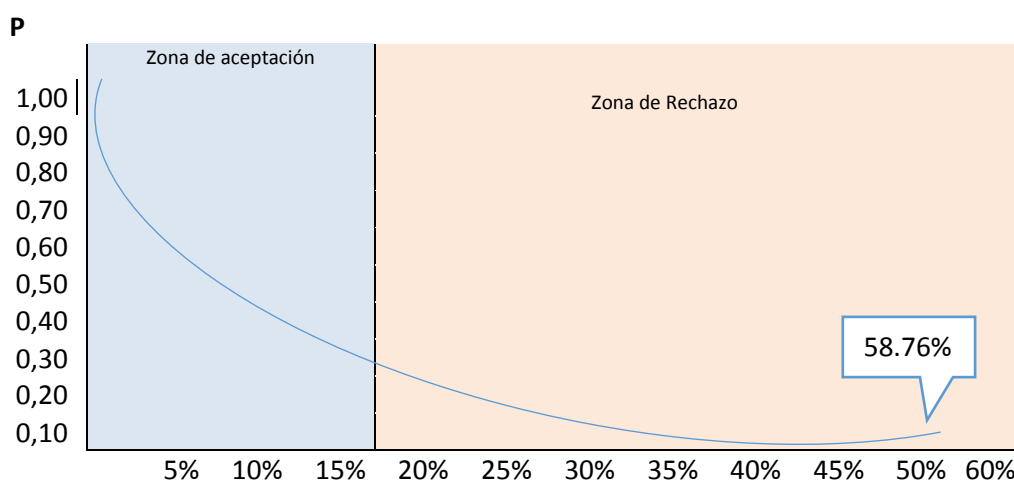


Figura 34: Nivel de confianza

El valor de  $X^2 = 14.58 < X^2 = 44.18$ , por lo tanto se rechaza la Hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la Hipótesis alternativa ( $H_1$ ). El Observatorio Turístico incide significativamente en la información turística requerida de la parroquia Belisario Quevedo.

## CAPÍTULO IV

### PROPUESTA

#### 4.1. Datos Informativos

El proyecto se desarrolla en la parroquia rural de Belisario Quevedo, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, República del Ecuador está ubicada aproximadamente a 7 kilómetros al sur-oeste del cantón Latacunga.

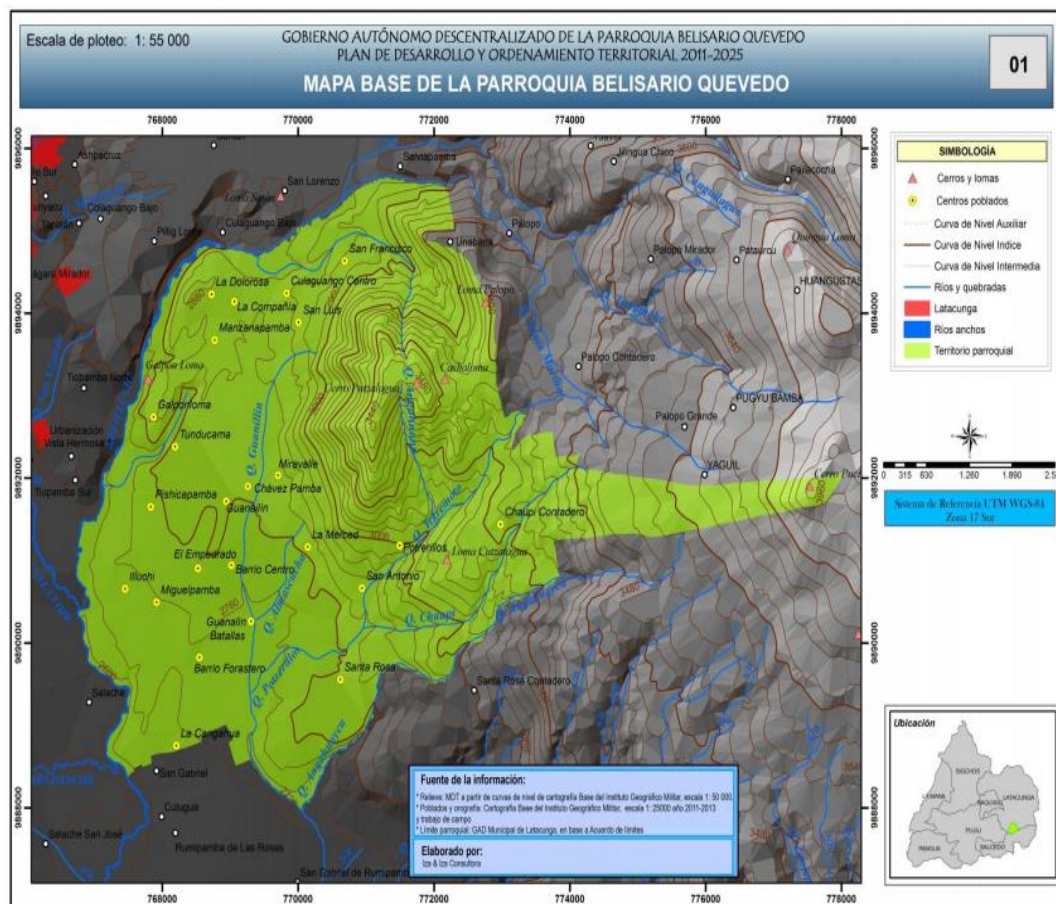
**Tabla N° 40:**

#### Datos generales

<b>Nombre del GAD</b>	Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural de Belisario Quevedo.
<b>Fecha de creación de la parroquia</b>	06 de agosto de 1936, de acuerdo a la Ordenanza No. 2
<b>Población total al 2014</b>	7144
<b>Extensión</b>	3794,7 ha que equivale a 37,9 Km <sup>2</sup>
<b>Limites</b>	<p><b>Al norte:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parroquia Urbana Ignacio Flores del Cantón Latacunga</li> <li>• Río Illuchi</li> <li>• Quebrada Santa Martha.</li> </ul> <p><b>Al este:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parroquia Urbana Ignacio Flores del Cantón Latacunga en las comunidades de Unabana y Palopo,</li> <li>• Con la línea de cumbre del Cerro Unabana y la acequia “Carrillos”, hasta llegar a la cima del Cerro Puctín.</li> </ul> <p><b>Al sur:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quebrada Angahuayco,</li> <li>• Parroquia Rural del Cantón Salcedo Santa Ana de Mulliquindil</li> <li>• Parroquia Urbana del Cantón Salcedo en el Barrio San Pedro de Guanailín.</li> </ul> <p><b>Al oeste:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Río Cutuchi</li> <li>• Río Illuchi, colinda con el Cantón Latacunga.</li> </ul>
<b>Rango altitudinal</b>	2680 – 3960 msnm

Fuente: (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2015)





**Figura 35: Mapa Base de la Parroquia de Belisario Quevedo**

Fuente: (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2015)

## 4.2. Antecedentes de la propuesta

En la actualidad no se cuenta con un Observatorio Turístico en la parroquia de Belisario Quevedo mucho menos en el cantón Latacunga así como en la provincia, por esta razón se ve la necesidad de proponer el Diseño de un Observatorio Turístico de la parroquia Belisario Quevedo con el fin de proponer una alternativa técnica de información turística en la parroquia.

De tal manera se ve la necesidad de contribuir con la parroquia dando a conocer las actividades y servicios turísticos del sector, mediante una página web y una revista el cual contenga la información actualizada y veraz de la parroquia mencionada.

### **4.3. Descripción de la propuesta**

Según (INEC, 2010-2014) en el Ecuador se registraron 1.556.991 llegadas de extranjeros, observándose una tasa de crecimiento del 14.1% en relación al año anterior. Siendo así recibe como mayor visita de turistas extranjeros son del continente Americano con un total de 1.386.983 en el año 2014 y menor visitantes del continente Africano con 2.228.

El diseño del Observatorio Turístico para la parroquia Belisario Quevedo apoyará en el adelanto y reconocimiento del sistema turístico que se maneja en la parroquia, ya que se podrá tener un mejor ordenamiento en cuanto al manejo de las actividades turísticas, prestadores de servicio turístico e información turística.

El Observatorio Turístico que se propone es una guía de conocimiento para las personas que deseen estar al tanto y visitar la parroquia Belisario Quevedo ya que se podrá indicar las actividades que se desarrollan, los prestadores de servicio turístico que se encuentran inmiscuidos, esta información será de gran ayuda para los empresarios ya que podrán tomar mejores decisiones para su empresa así como emprender negocios, de la misma manera la información estará abierta para todo el público ya que se contará con un homepage en donde se observa la información actualizada de la parroquia.

Para llegar a la publicación de la información hay que tomar en cuenta que se basará a través de una recopilación de información, un análisis de su entorno y la difusión de la misma, todo esto se actualizará trimestralmente ya que son aspectos que se manejan en un Observatorio Turístico, por tal razón hace que los empresarios interactúen y negocien la información, servicios que van a brindar a los turistas en su establecimiento bien este sea hotelero o turístico.

#### **4.4. Justificación de la propuesta**

El turista como los empresarios turísticos comprenden al turismo como una actividad productiva que requiere de un sistema de información confiable, que contribuya con la satisfacción y orientación hacia las personas, es por ello se utilice como una herramienta para determinar la información en esta actividad.

Por ello es la necesidad de Diseñar un Observatorio Turístico en la parroquia Belisario Quevedo, con el fin de que los turistas, como los mismos empresarios turísticos puedan actualizarse y conocer de las actividades turísticas que oferta la parroquia y con esto mejorar las experiencias que se lleva el turista en la calidad del servicio recibido por parte de los prestadores.

Al realizar un Observatorio Turístico en la parroquia Belisario Quevedo su principal objetivo es brindar una información adecuada de todas las actividades turísticas que se desarrollan dentro de la misma, es por ello que se trabaja en conjunto entre autoridades, prestadores de servicios y comunidad en general para poder elaborar datos actualizados de todos los servicios que cuenta el sector ya mencionado.

En el observatorio se podrá adquirir información de las actividades turísticas que más desarrollan en la parroquia, preferencias de alojamiento por parte de los turistas, frecuencia de visita, tiempo de estadía, gastronomía y deportes como son: parapente, motocross, ciclismo, trekking, que se practican principalmente en el cerro Putzalahua.

#### **4.5. Objetivos:**

##### **4.5.1. Objetivo General**

Desarrollar los componentes que intervienen en la gestión del Observatorio Turístico en la parroquia Belisario Quevedo.

#### 4.5.2. Objetivos Específicos

- Establecer un plan estratégico con una estructura orgánica del Observatorio Turístico.
- Estructurar la metodología de trabajo para la generación de la información
- Difundir por medio del sitio web y una revista los datos estadísticos de la actividad turística que se desarrolla en la parroquia Belisario Quevedo.

#### 4.6. Análisis del entorno

Para la ubicación de la oficina del Observatorio Turístico se considera a (Baca Urbina, 2006) quien manifiesta una localización óptima para determinar el sitio donde se instalará el mismo, se detalla a continuación el método cualitativo por puntos el cual se asigna diferentes factores relevantes, haciendo una comparación cuantitativa de diferentes sitios los mismos que son calificados para elegir el lugar idóneo.

**Tabla N° 41:**

#### Localización óptima del Observatorio Turístico

FACTOR RELEVANTE	Peso asignado	GAD Provincial		Universidad ESPE-L		GAD Parroquial	
		Calificación 1/5	Calificación Ponderada	Calificación 1/5	Calificación Ponderada	Calificación 1/5	Calificación Ponderada
Servicios básicos	0,15	5	0,75	5	<b>0,75</b>	5	0,75
Vías de Acceso	0,15	3	0,45	3	<b>0,45</b>	5	0,75
Transporte	0,10	4	0,4	3	<b>0,3</b>	5	0,5
Disponibilidad de Mano de Obra	0,25	4	1	5	<b>1,25</b>	1	0,25
Análisis de la Competencia	0,10	1	0,10	1	<b>0,1</b>	1	0,10
Información Turística	0,25	3	0,75	3	<b>0,75</b>	3	0,75
<b>PUNTAJE DEL TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3,45</b>		<b>3,6</b>		<b>3.10</b>

#### **4.6.1. Macro entorno**

##### **4.6.1.1. Ambiental**

La creación de un Observatorio Turístico llegara a ser afectado siempre y cuando tenga una gran densidad de visitantes en los diferentes atractivos turísticos que ofrece, tal es el caso por desperdicios que dejen los turistas, daños a los atractivos naturales como culturales que ofrece la parroquia Belisario Quevedo.

##### **4.6.1.2. Social**

La comunidad en general de Belisario Quevedo esta beneficiada al crear el Observatorio Turístico ya que se podrá conocer a todos los prestadores de servicio turístico que se desarrollan en este lugar, así como las actividades que se desarrollan en la misma parroquia.

##### **4.6.1.3. Económico**

El presente proyecto ayudara a la economía de las personas que habitan en la parroquia Belisario Quevedo ya que al crear el Observatorio Turístico se podrá visualizar la oferta y la demanda que existe en la misma, es por ello que se cree que la economía crecerá en una escala razonable al momento de que los turistas decidan visitar la parroquia.

##### **4.6.1.4. Tecnológico**

Belisario Quevedo contara con un sistema actualizado y se podrá generar a través de redes sociales una escala de altos y bajos del turismo que se desarrolla en el mismo, el cual todas las personas podrán optar de estos datos y de esta manera les permitirá a las personas de otros lugares conocer y visitara las diferentes actividades que se desarrollan en este lugar.

#### **4.6.2. Micro entorno**

##### **4.6.2.1. La comunidad**

Los habitantes de los diferentes barrios y comunidades que pertenecen a la parroquia Belisario Quevedo tienen un apertura de turistas extranjeros

escasos pero ellos manifiestan que la llegada de turistas nacionales es de mayor apertura por lo que tienen una economía normal.

#### **4.6.2.2. Prestadores de servicio turístico**

Al realizar el proyecto se podrá visualizar una competencia entre micro empresarios lo cual esto permitirá que ofrezcan un servicio de calidad así como su infraestructura sea mejor al de la competencia al momento de ofrecer sus servicios al turista.

#### **4.6.2.3. Turistas**

Con la creación del Observatorio Turístico los turistas podrán tener diversas opciones de servicio como de actividades turísticas que se desarrollan en la parroquia Belisario Quevedo y podrán recibir una mejor información de lo que se desarrolla en la misma

### **4.7. Análisis de la oferta y la demanda**

#### **4.7.1. Oferta**

Dentro del Observatorio consiste en tener una lista de proveedores de información con los diferentes organismos e instituciones, tal es el caso de los prestadores de servicio turístico puesto que ellos serán las personas que brindarán la información de sus empresas, el G.A.D. Parroquial, el INEC, la Jefatura de Turismo del Cantón y el Ministerio de Turismo para que con ellos la información sea procesada y convertida en un beneficio de utilidad a los demandantes con el fin de tener un uso de fines turísticos

Por tal razón que la generación técnica de información de la actividad turística podrá estar a disposición de los interesados a conocer de la parroquia Belisario Quevedo ya sean inversionistas o turistas que deseen visitar. La actividad turística que más resalta en la parroquia es la gastronomía realizando el análisis oportuno ya que cuenta con varios restaurantes los cuales son visitados por las grandes familias que asisten al lugar, pero dentro de la parroquia también se cuenta con empresas de alojamiento, complejo turístico, eventos y banquetes que son empresas nuevas de la parroquia que están dispuestas para atender y brindar un servicio de calidad.

#### **4.7.2. Demanda**

El Observatorio Turístico, en varios lugares del mundo ha venido teniendo una buena acogida que les permite dar a conocer información útil de las actividades turísticas y ha permitido que las personas se interesen más de un lugar o destino turístico, por otro lado también ha dado paso a que se vayan diversificando mas empresa turísticas ya que se les da un breve resumen del perfil del turista que visita el lugar, haciendo que la mayoría de personas vayan conociendo los clientes a quienes se van a dirigir y así poder satisfacer sus necesidades.

Mediante el Observatorio, permite tener como referencia el tipo de turistas que ingresan a la parroquia de Belisario Quevedo dando a conocer un porcentaje de las edades de las personas que visitan el lugar como es un 37,55% correspondientes a la edad de 31 a 40 años, su género que el mayor porcentaje es masculino, la nacionalidad en su gran mayoría son ecuatorianos, nivel de instrucción es universitaria, ocupación son personas que trabajan pero se dan su tiempo para poder llegar hacia la parroquia, la frecuencia que vistan es mensualmente, las actividades que más desarrollan son los deportes y la visita al parque de la familia situado en la comunidad de Santa Rosa, el tiempo de la estadía si lo hacen pasado de un dos días, como se trasladan hacia la parroquia es en auto propio, en fin una información útil los cuales se presentaran en una revista y una página web que están a disposición de las personas.

#### **4.8. Plan estratégico**

##### **4.8.1. Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas**

Tabla N° 42:

## F.O.D.A

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuenta con prestadores de servicios turísticos interesados en el desarrollo de la parroquia</li> <li>• Se trabaja con personas capacitadas y con altos conocimientos para la recolección de información</li> <li>• Existe buena organización entre personal</li> <li>• Capacitaciones continuas para la recolección de información</li> <li>• Utilización de sistemas y nuevas tecnologías que permitan el análisis de la investigación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo suficiente del GAD Parroquial.</li> <li>• Apoyo de la Universidad de las fuerzas Armadas ESPE-L del Campus Guillermo Rodríguez Lara</li> <li>• Personas interesadas a invertir en nuevos negocios destinados al turismo dentro de la parroquia</li> <li>• Generación de nuevos empleos para los habitantes de la parroquia</li> <li>• Estar dentro de un macro proyecto dirigido para el desarrollo y crecimiento de la parroquia de Belisario Quevedo</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de conocimientos de nuevos software para tabulación y análisis de resultados.</li> <li>• Escasa nominación a los sistemas de tabulación y análisis de datos por parte del personal.</li> <li>• Personal con pocos conocimientos en tratar con las personas</li> <li>• Personas sin habilidades a desarrollar el trabajo en el campo</li> <li>• No contar con los materiales adecuados y necesarios para la investigación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dependier de la información que brinden los prestadores de servicios turísticos no interesados</li> <li>• Deterioro de los atractivos naturales y culturales de la parroquia.</li> <li>• Existencia de delincuencia</li> <li>• Disminución de empresas dedicadas a la actividad turística</li> <li>• Desastres naturales</li> </ul>



#### **4.8.2. Misión**

Ofrecer información técnica al empresario como al turista que visita la parroquia Belisario Quevedo, utilizando equipos actualizados para satisfacer las necesidades de la oferta y demanda en el desarrollo de las actividades turísticas dando un servicio de calidad.

#### **4.8.3. Visión**

Al 2021 lograr ser el primer Observatorio Turístico con información y orientación actualizada para la toma de decisiones que aporten al desarrollo de la actividad turística de la parroquia y así impulsar la competitividad del sector y contribuir con el desarrollo Cantonal y Provincial.

#### **4.8.4. Valores corporativos**

**Objetividad**

**Bienestar de las personas**

**Servicio al turista**

**Empeño**

**Respeto al medio ambiente**

**Veracidad**

**Apoyo parroquial**

**Tenacidad**

**Orden**

**Responsabilidad con los turistas**

**Identidad cultural**

**Óptimos**

#### **4.8.5. Políticas**

1. El observatorio aportará con el intercambio de información verídica y actualizada de la parroquia.
2. Aportará con oferta turística de la parroquia.
3. Relación de las características de la oferta como las necesidades de la demanda.

#### 4.8.6. Estrategias

Tabla N° 43:

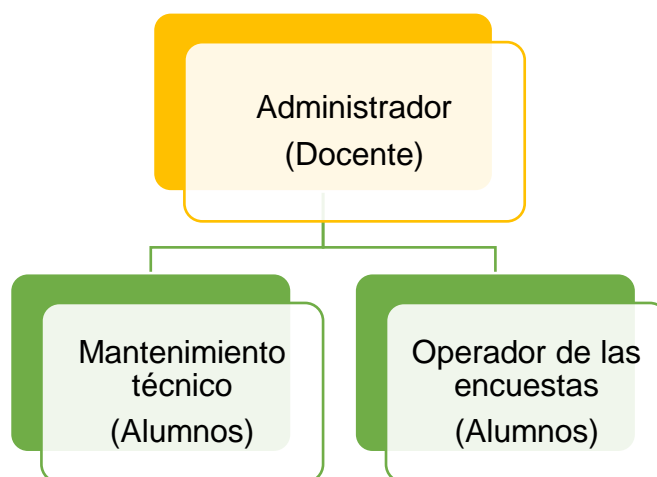
#### Estrategias

N°	ESTRATEGIA	INDICADORES DE MEDICIÓN	TIEMPO	RESPONSABLE
01	Publicaciones de la información turística	Homepage, Revista	Cada tres meses	Administrador
02	Recolectar información importante de los prestadores de servicio turístico como de las autoridades involucradas al proyecto	Diseño de las encuestas y entrevista	Una semana	Mantenimiento técnico
03	Conocer la ubicación de los atractivos turísticos como de los prestadores de servicio turístico	Aplicación de una encuesta y las entrevistas	una semana	Operador de encuestas y mantenimiento técnico
04	Capacitación a los prestadores de servicio turístico	Manuales	Treinta minutos	Administrador
05	Capacitación de marketing turístico	Implementación de software al Observatorio Turístico	Treinta días	Administrador y mantenimiento técnico

#### 4.8.7. Organigrama estructural

El siguiente organigrama representa la estructura del personal que estará encargado del Observatorio Turístico conformando como Administrador un docente de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPEL.

Cabe mencionar que los alumnos de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera de la misma Universidad mencionada, serán parte con la colaboración del levantamiento de información y quienes serán involucrados en el Observatorio Turístico como personal de mantenimiento técnico y operadores de las encuestas.




**Figura 36: Estructura del personal**

#### 4.8.8. Manual de funciones

Tabla N° 44:

#### Manual de funciones del Administrador

MANUAL DE FUNCIONES	COD: 001
 <p><b>OBSERVATORIO TURÍSTICO</b> <i>Belisario Quevedo</i></p>	
<b>AREA</b>	
Administrativa	
<b>1.- Cargo:</b> Administrador	
<b>2.- Subalternos:</b> Ninguno	
<b>3.- Unidades dependientes:</b> 2	
<b>4.- Objetivo:</b> Dirigir el Observatorio Turístico para el buen funcionamiento del mismo.	
<b>5.- Funciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistir a reuniones en representación del Observatorio Turístico parroquial.</li> <li>• Administrar los estudios e investigaciones que realice el Observatorio turístico en la parroquia Belisario Quevedo.</li> <li>• Establecer objetivos, normas y procedimientos del desarrollo de las actividades turísticas del mismo.</li> <li>• Gestionar y publicar de forma veraz, la información recopilada y analizada por el personal de mantenimiento técnico y por el operador del observatorio turístico.</li> <li>• Realizar una revista trimestral para la publicación de la información.</li> <li>• Evaluar el desempeño de los colaboradores que conforman el Observatorio turístico de la parroquia.</li> <li>• Propagar los procedimientos que mejoren el levantamiento de información.</li> <li>• Organizar reuniones de trabajo.</li> <li>• Capacitar a los prestadores de servicio turístico de la parroquia Belisario Quevedo como al personal que labora en el Observatorio.</li> <li>• Realizar convenios entre GAD. Parroquial y cantonal.</li> <li>• Hacer cumplir normas puestas dentro del Observatorio.</li> </ul>	

CONTINÚA →

- Autorizar la difusión y publicación de la información de la actividad turística.
- Manejar información actualizada para el homepage.
- Reunirse periódicamente con el personal.
- Coordinar la política del observatorio turístico para un buen funcionamiento.

**6.- Perfil:**

Ing. Administración Turística y Hotelera o afines.

**6.1.1 Educación:**

Universitario

**6.2 Experiencia:** Ninguno**6.3 Características Personales:**

- Amable
- Educado
- Responsable
- Honrado
- Honesto

**Sexo:** Masculino y Femenino

**Estado civil:** Cualquiera

**6.4 Competencias:**

Ser emprendedor

**6.5 Conocimientos de programas utilitarios e idiomas:**

Español e Inglés

Tabla N° 45:

**Manual de funciones del Mantenimiento****MANUAL DE FUNCIONES**

COD: 002

**AREA**

Operativo

**1.- Cargo:** Mantenimiento técnico**2.- Subalternos:** Ninguno**3.- Unidades dependientes:** 1**4.- Objetivo:**

Proponer el modelo de los instrumentos a aplicar para la obtención de información de la actividad turística dentro de la parroquia.

**5.- Funciones:**

- Mantener la información reservada, para únicamente ser entregados al administrador del Observatorio Turístico hasta ser revisados.
- Recolectar información requerida para el Observatorio Turístico.
- Transformar cuadros estadísticos de la información que requiera el Observatorio turístico de la parroquia Belisario Quevedo.
- Ser partícipe de las reuniones que se llevará a cabo con el personal del Observatorio.
- Tener conocimientos de nuevas tecnologías que puedan ser usadas en el Observatorio turístico parroquial para cumplir con la misión.
- Apoyar continuamente en las actividades propias del quehacer diario del Observatorio Turístico.
- Realizar informes mensualmente para ser archivados.
- Administrar las bases de datos del Observatorio Turístico de la parroquia.
- Verificar el homepage después de la generación de información.
- Diseño de los instrumentos.

CONTINÚA →

- Auxiliar en actividades desarrolladas por el operador, previo conocimiento y autorización del administrador del Observatorio Turístico.
- Analiza e interpreta la información recolectada por el personal operativo.

**6.- Perfil:**

Ing. Administración. Turística y Hotelera

**6.1.1 Educación:**

Universitario

**6.2 Experiencia:** Ninguno**6.3 Características Personales:**

- Amable
- Educado
- Responsable
- Honrado
- Honesto

**Sexo:** Masculino y Femenino

**Estado civil:** Cualquiera

**6.4 Competencias:**

Ser emprendedor

**6.5 Conocimientos de programas utilitarios e idiomas:**

Español e Inglés

Tabla N° 46:

## Manual de funciones Operador

## MANUAL DE FUNCIONES

COD: 003

**AREA**

Operativo

**1.- Cargo:** Operador**2.- Subalternos:** Ninguno**3.- Unidades dependientes:** 1**4.- Objetivo:**

Emplear los instrumentos establecidos por el mantenimiento técnico responsable.

**5.- Funciones:**

- Asistir a las capacitaciones periódicas de como dirigirse ante las personas.
- Encuestar a la muestra.
- Ayudar en la tabulación de las encuestas realizadas para los fines que requiera el observatorio turístico.
- Encomendar un mejoramiento en los instrumentos de medidas de información.
- Utilizar tecnología avanzada.
- Ayudar en las actividades que se desarrollen oportunamente.
- Ser confidente con la información reunida.
- Guardar respaldos de la información recolectada.

**6.- Perfil:**

Estudiantes de Ing. Administración. Turística y Hotelera

**6.1.1 Educación:**

Universitario

**6.2 Experiencia:** Ninguno

CONTINÚA →



---

**6.3 Características Personales:**

- Amable
- Educado
- Responsable
- Honrado
- Honesto

**Sexo:** Masculino y Femenino

**Estado civil:** Cualquiera

**6.4 Competencias:**

Ser emprendedor

**6.5 Conocimientos de programas utilitarios e idiomas:**

Español e Ingles

4.8.9. Flujograma

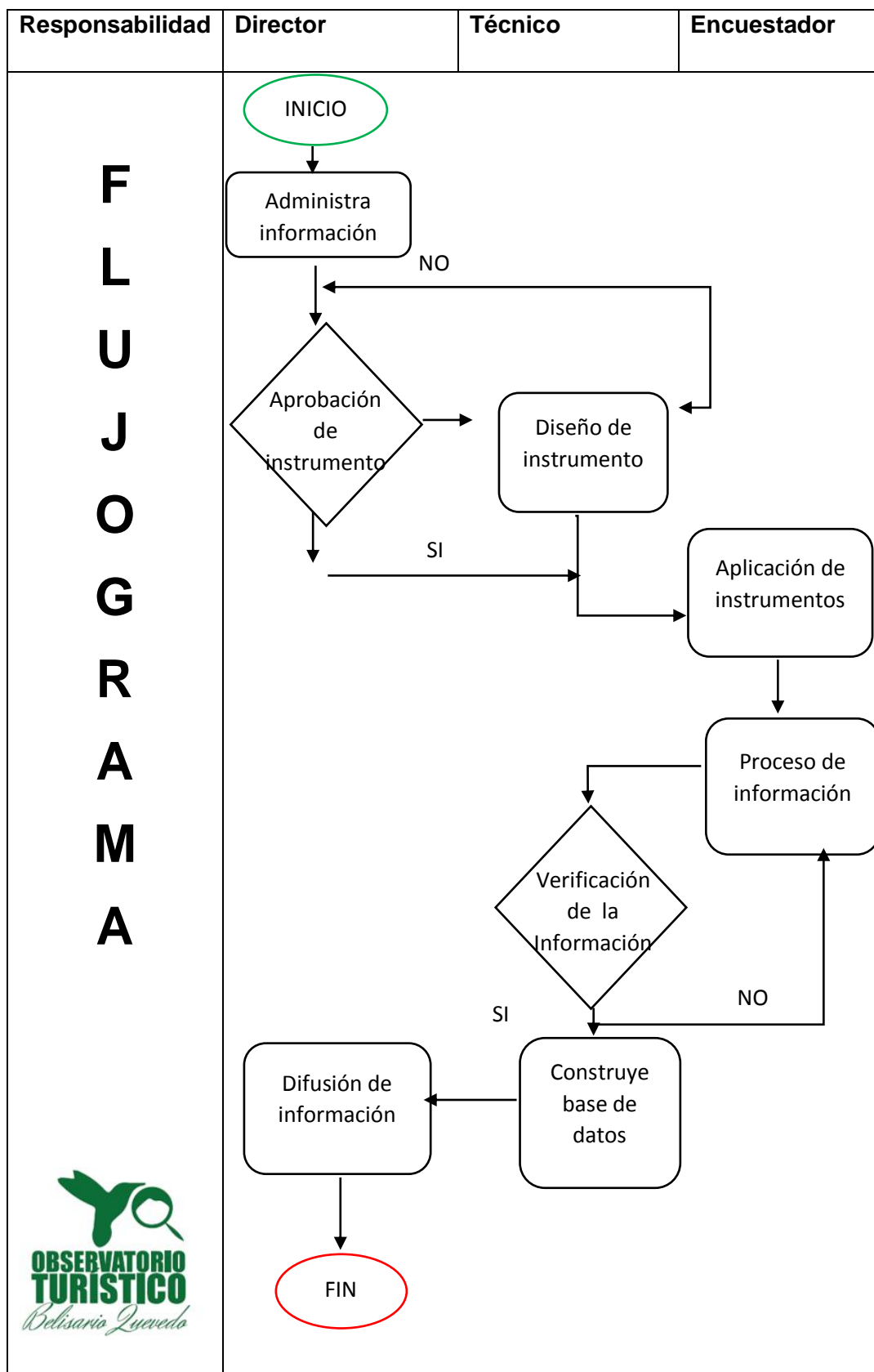
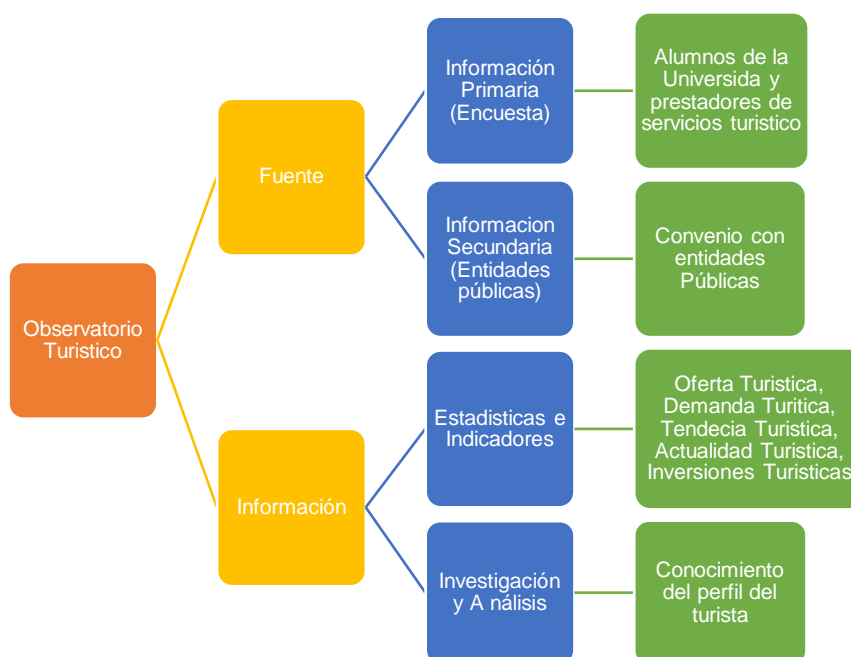


Figura 37: Flujograma

#### 4.8.10. Metodología de trabajo

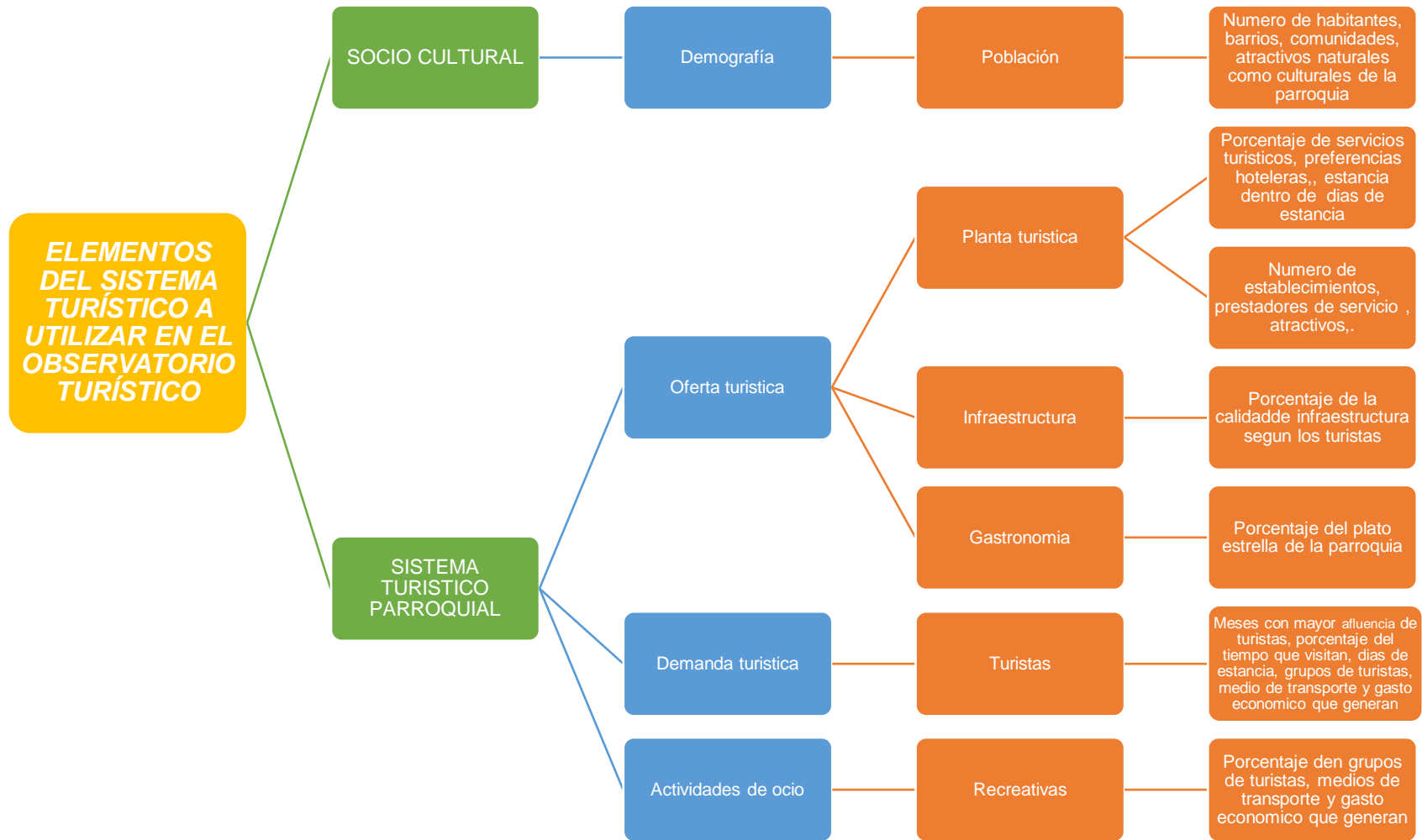
Se contará con fuentes de información primaria que son básicamente obtenidas a través del trabajo de campo desarrollado por los estudiantes antes mencionados. De la misma manera cabe indicar que la información se generará en el Observatorio Turístico es de estadísticas e indicadores, investigaciones y análisis (periódicos y permanentes). A continuación se presenta un ordenador gráfico del funcionamiento del Observatorio Turístico que se desarrollará en la Parroquia Belisario Quevedo.



**Figura 38: Metodología de trabajo**

#### 4.8.11. Elementos del sistema turístico a utilizar en el Observatorio Turístico

A continuación se presenta la tabla de forma ordenada, organizada y en base al sistema turístico los elementos del sistema turístico a utilizar en el Observatorio Turístico para la parroquia Belisario Quevedo



**Figura 39: Elementos del sistema turistico**

#### **4.9. Análisis legal**

Según el (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, 2011) (COOTAD) en el Capítulo IV de gobierno autónomo descentralizado parroquial rural en la sección primera de la naturaleza jurídica, sede y funciones manifiesta:

##### **Artículo 64.-**

**Funciones.-** Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

- f)** Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos y propiciar la organización de la ciudadanía en la parroquial
- g)** Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;
- h)** Articular a los actores de la economía popular y solidaria a la provisión de bienes y servicios públicos;
- i)** Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad;
- j)** Prestar los servicios públicos que les sean expresamente delegados o descentralizados con criterios de calidad, eficacia y eficiencia; y observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad y continuidad previstos en la Constitución;
- k)** Promover los sistemas de protección integral a los grupos de atención prioritaria para garantizar los derechos consagrados en la Constitución, en el marco de sus competencias;
- l)** Promover y coordinar la colaboración de los moradores de su circunscripción territorial en mingas o cualquier otra forma de participación social, para la realización de obras de interés comunitario.

Tomando estos artículos como referencia el G.A.D. Parroquial debe brindar un apoyo a la parte de turismo, ya que se trata del desarrollo de cada una de las empresas que se encuentran en la parroquia y esto a la vez ayuda a establecer nuevas estrategias para atraer al turista a la parroquia y con ello se genera economía para la comunidad y sus alrededores. De la misma manera el G.A.D. Parroquial debería ver como la mejor opción de concebir al Observatorio Turístico como un proyecto piloto organizado como una unidad especializada.

#### **4.10. Difusión**

##### **4.10.1. Logo**





**Figura 40: Logo**

##### **4.10.2. Colores corporativos**

Permite la asociación de la marca por parte del público y transmite lo propio del Observatorio Turístico los cuales se han utilizado dos colores fundamentales como son:

**Tabla N° 47:****Colores corporativos**

COLOR	PORCENTAJE	SIGNIFICADO
 Verde	80%	Significa la naturaleza, el cual representa armonía crecimiento exuberancia y frescura lo cual esto nos permite relacionarse con el turismo que se desarrolla en el medio. Este color es representativo a la naturaleza que tiene la parroquia Belisario Quevedo como es en su cerro Putzalahua, así como hace honor al color emblemático de la bandera de la ESPE-L.
 Blanco	20%	Significa la perfección, el cual se representa a la luz, la inocencia y la pureza. Este color es utilizado como seguridad y limpieza ya que tiene un vínculo positivo al momento de visualizar.

**4.10.3. Slogan**

Visita Belisario Quevedo: Con tu familia, con tus amigos, de pesca o caminata, la mejor aventura te espera cerca del Putzalahua.

**4.10.4. Medios de difusión**

La forma en la que se va a difundir la información será de dos maneras el cual se detalla a continuación:

- 1.- Por medio de un sitio web en donde se podrá visualizar la información estadística de la actividad turística que se desarrolla en la parroquia Belisario Quevedo con el fin que el acceso sea a todo el público de una forma gratuita.
- 2.- Las personas que deseen tener información impresa deben acercarse al G.A.D. Parroquial mediante un oficio dirigido al administrador, esto a la vez el dirigente tendrá la potestad de entregar una revista impresa o la vez digital con información más detallada de datos estadísticos.

- Sitio web (homepage)

The image shows a screenshot of a Facebook page for "Observatorio Turístico Belisario Quevedo". The browser address bar shows the URL: <https://www.facebook.com/turismocotopaxi2016/?fref=ts>. The page header includes the Facebook logo, the page name "Observatorio Turístico Belisario Quevedo", and navigation links for "Inicio" and "Buscar amigos".

The main cover photo features the text "VISITA BELISARIO QUEVEDO" in large green letters. Below this, the page name "Observatorio Turístico Belisario Quevedo" and the handle "@turismocotopaxi2016" are displayed. A logo with a green bird and a magnifying glass is visible. To the right, there is a graphic of a map with a location pin. Below the cover photo are buttons for "Contactarnos", "Me gusta", and "Mensaje".

The page navigation tabs include "Biografía", "Información", "Fotos", "Me gusta", and "Videos". The "Biografía" tab is currently selected.

On the left side, there are sections for "Organización comunitaria", a search bar "Busca publicaciones en esta página", and options to "Invitar a amigos a que indiquen que les gusta la página".

The main content area shows a post from "Observatorio Turístico Belisario Quevedo" that updated their cover photo 6 minutes ago. The post text reads: "Observatorio Turístico Belisario Quevedo actualizó su foto de portada. 6 min · 🌐".



- Revista del Observatorio Turístico de la Parroquia Belisario Quevedo





01

**LOCALIZACIÓN / ESPACIO****Ubicación**

Situado en la Provincia de Cotopaxi, Sierra Centro del Ecuador, localizado al suroeste del Cantón Latacunga, aunque actualmente existen varios accesos, el principal, tomando la vía Panamericana Latacunga-Salcedo hasta el kilómetro 5 a 15 minutos de la ciudad ingresando por la comunidad Illuchi.

**División política**

La parroquia Belisario Quevedo cuenta con 24 barrios incluido comunidades:

Barrió Centro	Barrió San Miguel Pamba
Barrió Chavezpamba	Barrió Tunducama
Barrió Forastero	Barrió Sector El Empedrado
Barrió Guanailin	Barrió Pishicapamba
Barrió Guanailin Batallas	Comunidad Santa Rosa
Comunidad Illuchi	Barrió Galpon Loma
Barrió La Cangahua	Barrió Manzanapamba
Barrió La Compañía	Barrió San Antonio
Barrió La Merced	Barrió Chaupi Contadero
Comunidad Potrerillos	Barrió Culaguango
Barrió San Francisco	Barrió Lo Dolorosa
Barrió San Luis	Barrió Miravall

**Límites**

Al Norte: Colinda con la Parroquia Urbana Ignacio Flores del Cantón Latacunga, siguiendo el curso del Río Illuchi y de la Quebrada Santa Martha.

Al Este: Colinda con la Parroquia Urbana Ignacio Flores del Cantón Latacunga en las comunidades de Unabana y Palopo, siguiendo el trayecto de una zanja existente alineada con la línea de cumbre del Cerro Unabana y la acequia "Carrillos", hasta llegar a la cima del Cerro Puctín.

Al Sur: Siguiendo en gran parte por la Quebrada Angahuayco, colinda en el sureste con la Parroquia Rural del Cantón Salcedo Santa Ana de Mulliquindil mientras que en el suroeste colinda con la Parroquia Urbana del Cantón Salcedo en el Barrio San Pedro de Guanailín.

Al Oeste: Siguiendo el curso del Río Cutuchi y luego el curso del Río Illuchi, colinda con el Cantón Latacunga.

1

OBSERVATORIO TURÍSTICO  
DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO



### Clima

Al dividir el territorio de acuerdo a la altitud, se tiene que los parámetros climáticos como la temperatura, la precipitación media y la velocidad del viento varían.

### Altitud:

Se encuentra ubicado en zona más baja a 2680 msnm y en su parte más alta llega a los 3960 msnm.

### Breve Reseña histórica

En sus orígenes era un barrio de la Parroquia Ignacio Flores que se llamaba Guanailín (Guaina que proviene de la palabra kichwa cuyo significado es enamorado), luego del 6 de agosto de 1936 se constituyó como parroquia y tomó el nombre de Belisario Quevedo en honor al periodista, educador y legislador laticungueño Belisario Quevedo Izurieta.

### Vías de acceso y transporte

#### Vías de acceso:

En cuanto a su accesibilidad, la parroquia Belisario Quevedo por su ubicación geográfica posee accesos estratégicos tanto por el norte como por el sur de la panamericana.

La primera vía de acceso a la parroquia es una vía asfaltada de primer orden y va desde la panamericana norte desde Latacunga, la segunda vía de acceso a la parroquia es de tercer orden desde Salcedo.

### Transporte

En lo referente la parroquia existe la cooperativa de transporte Nacional Belisario Quevedo con un servicio permanente durante todo el año, con salidas desde el terminal terrestre de Latacunga hacia Belisario Quevedo cada 10 minutos y el valor del pasaje es de 30 centavos para estudiantes y 45 centavos para particulares.

De igual forma se identificó 3 compañías de camionetas las cuales son Putzalahua, Tandanacui e Illuchi respectivamente hacen su recorrido por todos los barrios así como comunidades.

## ANTECEDENTES

El turismo se ha desarrollado en gran escala en Ecuador es por ello que actualmente se encuentra posesionado dentro del aporte al Producto Interno Bruto (Viceministro de Turismo).

Es por ello que se ve la necesidad de diseñar un Observatorio Turístico Parroquial en la Provincia de Cotopaxi, el cual es un trabajo de investigación que se desarrolla junto al GAD Parroquial y prestadores de servicio turístico de la parroquia Belisario Quevedo, durante un tiempo previsto para poder tener resultados de perfil del turista, su preferencias, su tiempo de estadia y las actividades que se desarrolla dentro de la parroquia.

El diseño del observatorio turístico para la parroquia Belisario Quevedo contribuye al progreso de la planificación y gestión del turismo el cual influye positivamente en el manejo adecuado de los recursos naturales y culturales, a través del procesamiento de información necesaria para la debida planificación y gestión de las actividades a desarrollar entorno al turismo en la parroquia Belisario Quevedo.

### Observatorio Turístico

El presente estudio muestra un estudio técnico que mide las variables de la demanda y oferta turística en la parroquia Belisario Quevedo, mostrando el perfil del cliente, evaluando entre otros aspectos como:

- Edad
- Género
- Nacionalidad
- Nivel de instrucción
- Ocupación
- Frecuencia de visita
- Actividad a desarrollar
- Tiempo de estadia
- Medios de transporte
- Gastos económicos de servicios turísticos
- Calidad de servicio turísticos.
- Calidad de información y señalética turística.

3

3  
OBSERVATORIO TURÍSTICO  
DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO

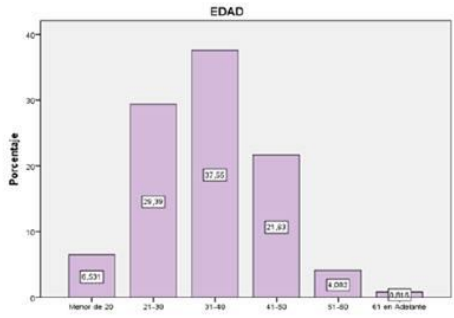
# 03. PERFIL DEL TURISTA

4

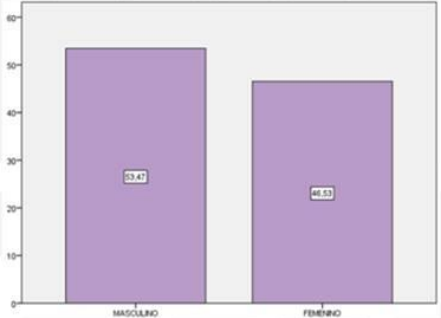
OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO



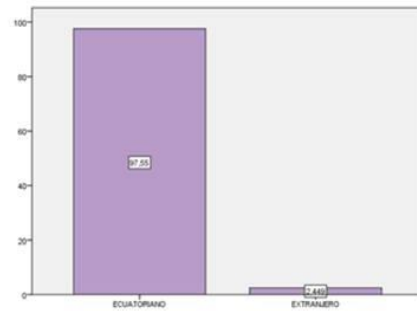
Del total de los encuestados el 37,14% corresponde a una edad promedio de entre 31 y 40 años de edad, teniendo como resultado, el mayor número de visitantes de la parroquia Belisario Quevedo son adultos.



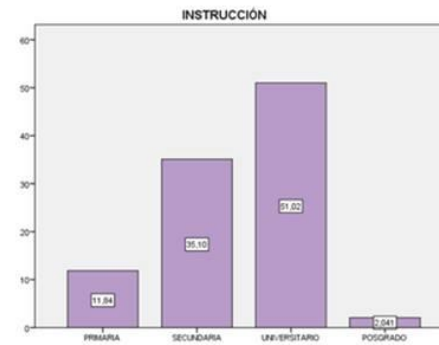
El género que mayor actividad turística tiene en la parroquia es masculino con un indicador del 53,47% mientras que el restante 46,53% corresponde al género femenino con el fin de realizar diferentes actividades dentro de la parroquia.



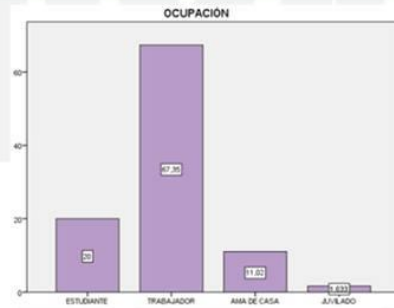
El total de los encuestados el 97,55% son turistas nacionales y el 2,44% son extranjeros, lo que significa que a la parroquia Belisario Quevedo visitan con más frecuencia personas que residen en las diferentes provincias del país.



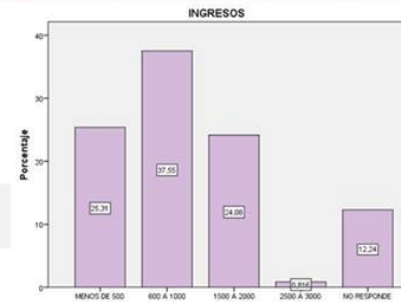
Del 100% de los encuestados que visitan la parroquia Belisario Quevedo el 51,02% tienen estudios de tercer nivel, dando como resultado un aporte de ingresos económicos a los diferentes establecimientos de la parroquia.



El 67,35% de los visitantes son personas que laboran en diferentes empresas, dando como resultado que la parroquia Belisario Quevedo recibe visitas de las cuales esperan obtener una experiencia inolvidable.



Del total de los encuestados el 37,55% que visitan la parroquia de Belisario Quevedo tienen un ingreso económico superior al sueldo básico y un 25,31% corresponde a las personas que ganan menos de los 500 dólares por lo tanto son personas que pueden gastar en varias actividades turísticas dentro de la misma.



5

5  
OBSERVATORIO TURÍSTICO  
DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO

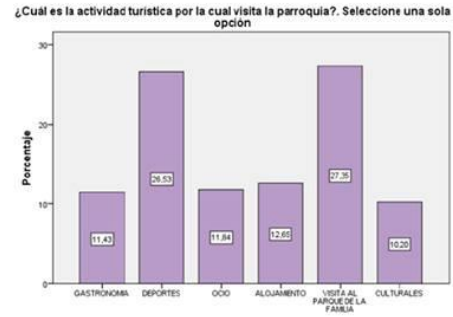
6

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO

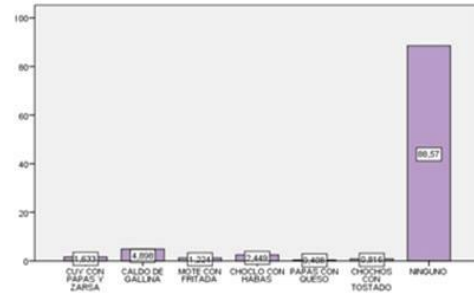
Del 100% de encuestados el 46,94% manifiestan que visitan cada mes la parroquia Belisario Quevedo para realizar diferentes actividades turísticas dentro de la parroquia.



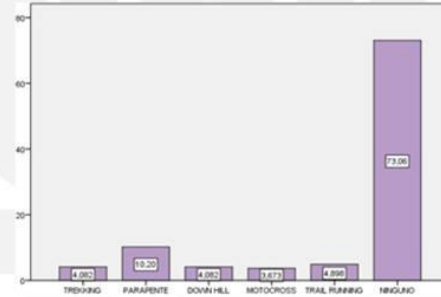
Del total de los encuestados el 27,35% visitan el parque de la familia por ser un lugar lleno de naturaleza y con una gama amplia de actividades que se pueden desarrollar en la misma.



Quienes seleccionaron gastronomía 4,89% manifiestan que consumen con frecuencia el caldo de gallina, 2,44% choclos con habas y 1,63% les gusta el cuy con papas y zarsa cuando visitan la parroquia.



El 10,20% de personas que visitan la parroquia realizan el deporte de parapente y el 3,67% realizan motocross en el cerro Putzalahua ya que es un lugar adecuado para realizar este tipo de actividad.

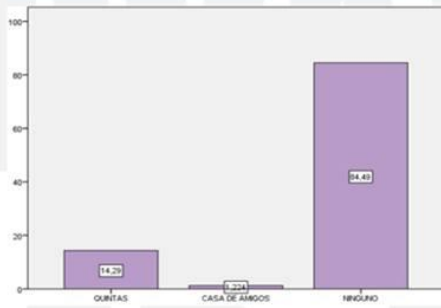






7  
 OBSERVATORIO TURÍSTICO  
 DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO

El 14,29% deciden alojarse en quintas y 1,22% de las personas se queda en casa de amigos, lo que permite conocer que la mayoría les gusta el servicio y la atención que reciben dentro de las diferentes quintas.

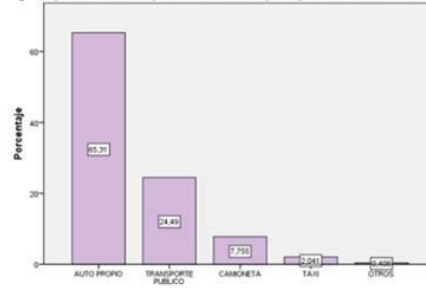


El 81,22% de las personas que visitan la parroquia lo hacen solo por horas y el 0,81% su estadía es más de una semana debido a que las personas deciden quedarse por motivos de feriados.



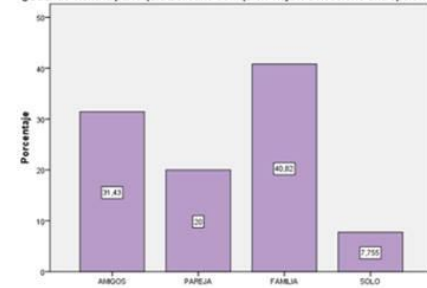
El 65,31% de los visitantes cuando deciden viajar a la parroquia Belisario Quevedo se trasladan en auto propio por su comodidad y confort y el 2,04% se trasladan en taxis debido a los escasos de buses los fines de semana.

¿Con que medio de transporte se traslada a la parroquia Belisario Quevedo?

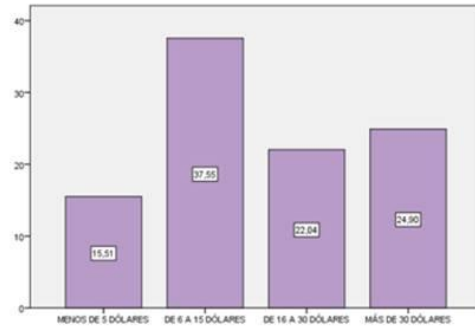


El 40,82% de visitantes acuden con sus familiares mientras que el 31,43% visitan con amigos. Esto quiere decir que la parroquia Belisario Quevedo es un destino turístico para familias y amigos.

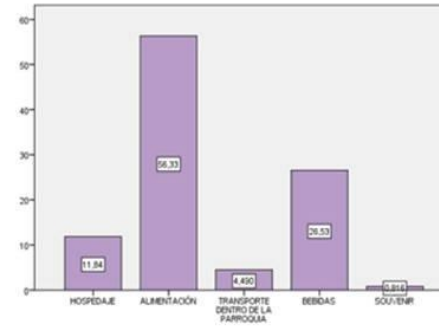
¿Cuando visita la parroquia Belisario con quien viaja?. Seleccione una opción



El 37,55% que visitan la parroquia Belisario Quevedo su gasto económico que generan al visitar al día es entre 6 a 15 dólares y el 15,51% de las personas gastan menos de 5 dólares ya que se les origina por los pasajes para llegar a la parroquia.



El 56,33% el servicio que más gasto de dinero les origina a los visitantes es la de alimentación, lo cual se puede deducir que las entidades dedicadas a la gastronomía deben dedicarse a brindar un mejor servicio.

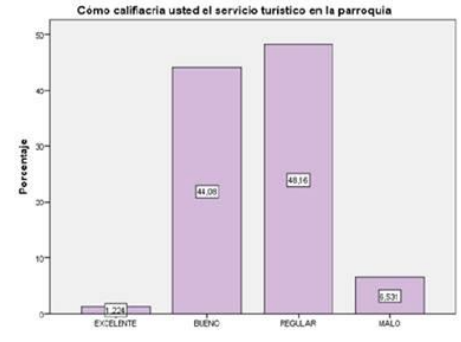


9  
OBSERVATORIO TURÍSTICO  
DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO

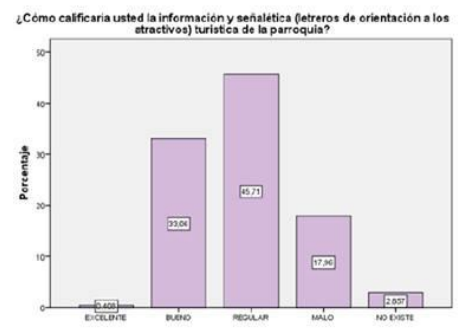


10  
 OBSERVATORIO TURÍSTICO  
 DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO

El 44,08% de los turistas califican como bueno al servicio turístico, razón por la cual se debe conservar el buen servicio y en años posteriores seguir mejorando el mismo.



La información y señalética turística es valorada con el 45,7% regular y un 0,4% indica que es excelente, esto quiere decir que se debe mejorar la señalética para poder tener mayor aceptación por parte de los turistas y se puedan llevar una mejor imagen de la parroquia.



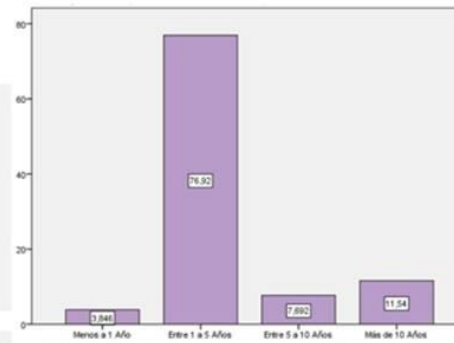
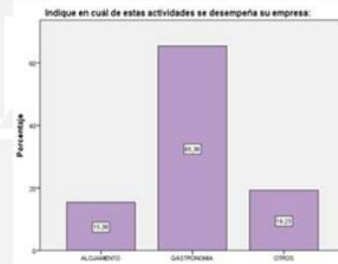
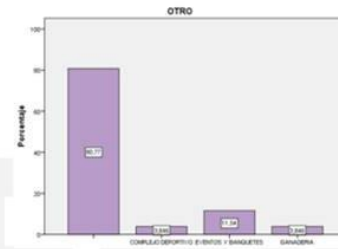
# 04. PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS

11

DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO OBSERVATORIO TURÍSTICO

El 65,4% de las empresas que se encuentran en Belisario Quevedo indican que la actividad turística que desempeñan en su gran mayoría es la gastronomía siguiendo con el 15,38% de alojamiento y un 19,23% en otras que se dividen en complejos turísticos, eventos & banquetes y de ganadería.

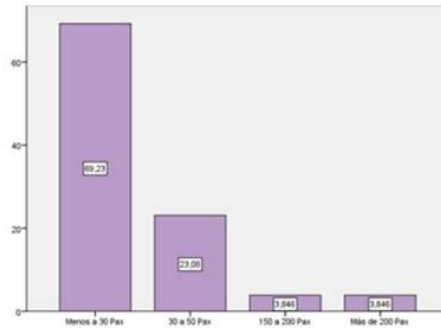
El 76,9% de las empresas se encuentran entre 1 a 5 años en el mercado continuando con un 7,8% entre 5 a 10 años y un 11,5% más de 10 años lo que se puede manifestar que nuevas en su gran mayoría y están teniendo una buena aceptación.



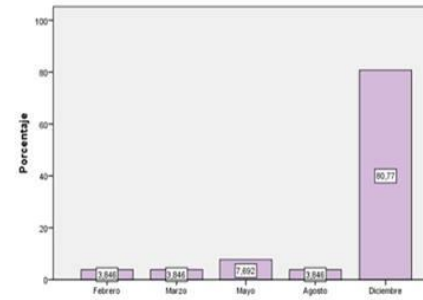
12

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO

Del total de los prestadores de servicio el 69,2% tienen una capacidad instalada en sus establecimientos menos a 30 pax en cuanto a restaurantes y un 3,8% más de 200 pax ya que son dedicadas a eventos, se manifiesta que cada empresa podrá llevar un registro de las personas que visitan mensualmente y lograrán brindar la información para la actualización del observatorio.



Los prestadores de servicios turísticos de Belisario Quevedo indican que Febrero, Marzo, Mayo, Agosto y Diciembre son los meses que mayor acogida tienen por los turistas, Diciembre es el mes que resalta entre todas las entidades con un 80,7%.

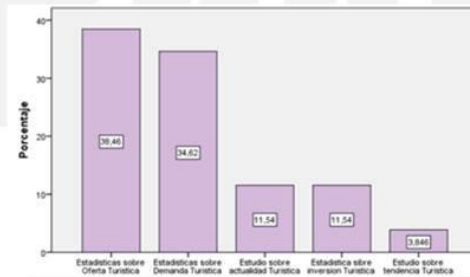




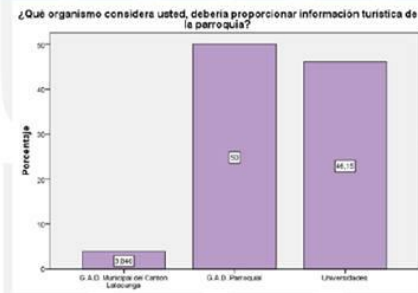
13

DE LA PARROQUIA BELLSARRO QUEVEDO  
OBSERVATORIO TURÍSTICO

Las empresas indican que la mayor importancia de información que quisieran tener es sobre oferta turística con un 36,46% pero sin dejar de lado la demanda, la actualidad turística, la inversión turística y por ultimo sobre tendencias turística que existe dentro de la parroquia.



El 50% de los prestadores de servicios turísticos indican que el G.A.D parroquial es el organismo que debería proporcionar información turística, ya que tendrían facilidad para dirigirse, solicitar información y poder confiar de datos actualizados.

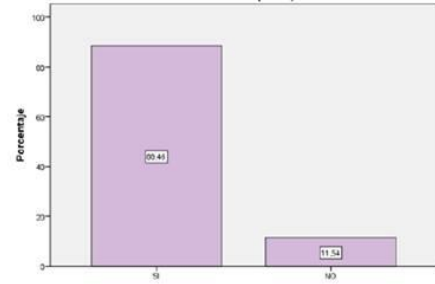


14

OBSERVATORIO TURÍSTICO  
DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO

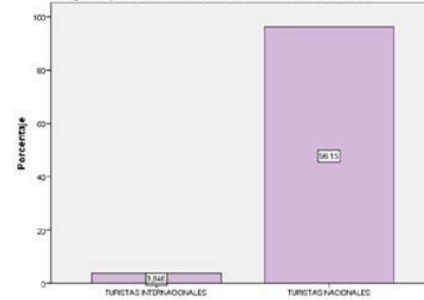
Del total de las empresas el 88,5% están dispuestas a aportar con información turística de su entidad, para tener datos estadísticos de la parroquia y generar nuevas estrategias.

¿Estaría dispuesto a aportar con información turística de su empresa para tener datos estadísticos de la parroquia?

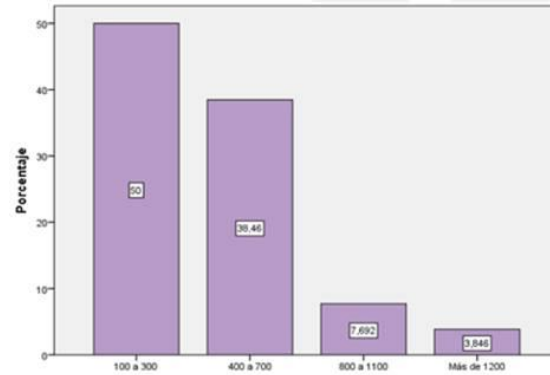


Las empresas manifiestan que las personas que llegan a sus instalaciones el 96,2% son turistas nacionales y el 3,8% son turistas internacionales.

¿Qué tipo de turistas ha utilizado más sus instalaciones?



El 50% de los prestadores de servicios turísticos tienen un ingreso económico promedio de 100 a 300 dólares y un 3,8% más 1200 dólares.





05

## CONCLUSIONES

De acuerdo a los datos estudiados se puede manifestar que a la parroquia de Belisario Quevedo llega gente joven acompañados más con sus familias ya que se dirigen hacia el parque de la familia ubicado en la comunidad de Santa Rosa y siguiendo la actividad del deporte por lo que son con más frecuencia los hombres que practican el parapente lo cual esto genera el conocimiento el cerro Putzalahua un lugar amplio para desarrollar diferentes actividades incluso a climatización de las personas y a la vez esto hace que a la parroquia genere ingresos económicos para la comunidad.



15

OBSERVATORIO TURÍSTICO  
DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO

16

OBSERVATORIO TURÍSTICO  
DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO

Las empresas existentes de la parroquia Belisario Quevedo se dedican más a la gastronomía en donde los turistas solo se quedan por horas y necesitan alimentarse por lo que la mayoría visitan en familia, se puede notar que la mayoría de entidades están dentro de la parroquia, son nuevas y no tienen más de 5 años en el negocio por el alto crecimiento de los turistas hacia la parroquia.

#### Autoridades

Teniente Coronel Freddy Játiva  
Director de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga  
Mayor Daniel Chamorro  
Subdirector  
M.Sc. Galo Vásquez  
Director del Departamento de CEAC  
Ing. Carlos Albán Yáñez  
Director de la Carrera Ingeniería en Administración Turística y Hotelera

#### Director del Proyecto de Investigación

Ing. Cristian Molina

#### Autores

Aracely Martínez - Raquel Vargas

#### Diseño y Diagramación

Andrés Burbano Montalvo - Diego Cevallos  
NGA BRANDS - 2016

OBSERVATORIO TURÍSTICO  
DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO

# VISITA BELISARIO QUEVEDO



CON TU FAMILIA, CON TUS AMIGOS,  
DE PESCA O CAMINATA.  
LA MEJOR AVENTURA TE ESPERA  
CERCA DEL PUTZALAHUA.



ALL YOU  
NEED IS  
ECUADOR



turística y hotelera  
**Ingeniería en Administración  
Turística Hotelera**

## CONCLUSIONES

Al finalizar la propuesta del diseño de un observatorio turístico en la parroquia Belisario Quevedo se tiene las siguientes conclusiones:

- Mediante los conceptos de todo lo que corresponde a diseño, observatorio, turismo, turismo como actividad económica y social, indicadores estadísticos, y de los métodos de difusión de información se ha logrado tener las bases teóricas del Observatorio Turístico, lo cual permite un correcto uso de información como del manejo de términos apropiados en la investigación realizada.
- A través de los cuestionarios aplicados a los diferentes prestadores de servicio turístico se comprende que no tienen una información estadística del desarrollo turístico lo que hacen que actúan por actuar, por otra parte se conoció que los turistas son pocas veces que visitan la parroquia ya que no tienen una información adecuada para llegar a los diferentes atractivos que posee la parroquia por lo que no existe otra actividad que les motive a quedarse más de un día.
- En la parroquia Belisario Quevedo en la actualidad no existen empresas que brinden información estadística del desarrollo de la actividad turística eficaz y eficiente en la cual las diferentes personas puedan basarse y tomar una buenas decisiones por tal motivo se implementa el Observatorio Turístico, logrando así una unión y convenios entre prestadores de servicios turísticos y el G.A.D. Parroquial.
- Mediante la revista del Observatorio Turísticos Parroquial se dio a conocer información básica de la parroquia Belisario Quevedo como de datos estadísticos de las preferencias en cuanto a las actividades a desarrollar del turista y las facilidades del servicio turístico que se encuentran en la parroquia.

## RECOMENDACIONES

- Para la elaboración de trabajos investigativos es importante de libros y documentos oficiales que permitan el realce de la investigación, por lo que la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L debería contar con libros de Observatorio Turísticos especialmente en temas de metodologías de diseño e implementación de un Observatorio Turístico puesto que es un tema que en la actualidad está siendo muy valorado para el desarrollo turístico.
- Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Belisario Quevedo tener más reuniones continuas con los prestadores de servicio turístico y también así con la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L para poder llegar a un consenso de nuevas estrategias de mercado y así poder tener mayor aceptación de los turistas nacionales.
- Para la aplicación de las encuestas y entrevista se recomienda mantener convenios con los estudiantes de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L ya que conocen y tienen mayor bases teóricas del desarrollo turístico en el ámbito de investigación de campo y así también logrando a fortalecer sus conocimientos del estudiantes.
- De ser implementado el observatorio turístico se recomienda tener personal capacitado para el desarrollo de su actividad, tanto interna como externa con el fin de servir a la comunidad y estos a la vez sean recíprocos con la misma.

## BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México,D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Badii, M. H. (s.f.). *Nociones Introductorias de Muestreo Estadístico*. México,D.F. & UAAAN: Saltillo Cuah.
- Bagus, R. (2001). *Oferta*. México,D.F.: Trillas.
- Bermúdez, F. (2002). *Instituto Nacional de Aprendizaje Núcleo de Turismo Subsector*. San José de Costa Rica.
- Blanco, H. (2000). *Escala Global del Turismo*. Argentina,Buenos Aires.
- Budyna A. Richard G y Nisbett J, K. (2008). *Diseño en Ingeniería Mecánica*. México,D.F.: Mc. Graw Hill.
- Calatrava, J. (2001). *Agricultura y Turismo en el medio Rural: Aspectos conceptuales*. España,Madrid: Civitas.
- Carrasco, J. L. (1998). *Método Estadístico en la Investigación*. España, Madrid: Ciencia.
- Castellanos Henandéz, E. (2010). *Turismo y Recreación: Bases Teóricas, conceptuales y operativas*. México,D.F.: Trillas.
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. (2011). *COOTAD*. Ecuador, Quito: V&M Gráficas.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Elementos Constitutivos del Estado*. Alfaro, Manabí: Asamblea Nacional República del Ecuador.
- Dirección Financiera Belisario Quevedo. (2014). *Catastro*. Latacunga: GAD Parroquial Belisario Quevedo.
- Garcés, F. (1995). *Organización y Gestión de Empresas Turísticas* México,D.F.:Trillas.
- Gómez, N. T. (2006). *Enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto*. Mc. Graw Hill.
- Holguín Cabezas, R. (2005). *Recursos Elementos de Ecónomia*. Trillas.
- Manual de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible*. (2006). Perú,Lima: Fiorela Agustí.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2004). *Metodología para Inventarios de atractivos Turísticos*. Ecuador,Quito: Primera.
- Mochón Borcillo, F. (2004). *Economía y Turismo*. España, Madrid: Mc Graw-Hill .
- Mochon, F. (2004). *La economía y el turismo*. España, Madrid: Trillas.
- Muñoz Razo, C. (1998). *Como elaborar y acesorar una investigación de tesis*. México,D.F.: Trillas.

- Navarro Moya, M. J. (1999). *Gestiopolis*. Obtenido de Control de inventarios y teoría de colas. España, Zaragoza.
- Olmos Juárez, L., & Garcia Cebrián, R. (2011). *Estructura del Mercado Turístico*. Madrid, España: Paraninfo.
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. (2015). Latacunga: Presidentes de los barrios y comunidades.
- Pulido, J. (2008). *El Turismo Rural*. España, Madrid: Síntesis, S.A.
- Plog, S. (1997). *Perfiles psicofísicos*. Ecuador, Quito: Primera.
- Pardinas, F. (2000). *Metodología y Técnicas de Recopilación Social*. Venezuela, Caracas.
- Rojo, M. (2000). *Dirección y gestión de empresa del sector turístico*. España, Madrid.
- Roser, A. (2005). *Difusión de la Información*. Ecuador, Quito.
- Sampieri, R. H. (2007). *Fundamentos de Metodología de la Investigación*. México, D.F.: McGRAW.
- Sastre Alberti, F., & Benito Hernández, I. (2016). Parques Temáticos, estrategia de producto en núcleos Turísticos consolidados: en caso de baleares. *Turismo: Recursos y Estrategias. Turismo Cultural*, 3-4.
- Secretaria General de Turismo. (2004). *El Turismo de Naturaleza en España y su Plan de Impulso*. Madrid: Ministerio de Economía.
- Torres, G. (2012). *Diseño de un Observatorio Turístico Cultural para la Planificación y Gestión del Turismo Sostenible del Cantón Riobamba*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Troncoso, B. (1999). *Turismo Sostenido y Ecoturismo*. Venezuela.
- Universidad Nacional Autónoma de Honduras. (2015). *Enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación científica*. Honduras.
- Viceministerio de Turismo de Perú. (2006). Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a Nivel nacional. *Dirección Nacional de Desarrollo Turístico*, 2-3.
- Zamorano, F. (2009). *Turismo Alternativo*. México, D.F.: Trillas.
- Ziperovich, A. (2004). *Turismo y Recreación*. México, D.F.: Trillas.
- Zorilla Arena, S. (1997). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: McGraw-Hill.



## LINKOGRAFÍA

- Frascara, J. (2004). *Que es el diseño*. Obtenido de ICSID: <https://foroalfa.org/articulos/pero-que-es-el-diseno-grafico> [Recuperado el 01/03/2016]
- Geografía, I. N. (2016). *Estadística y Geografía México*. Obtenido de Medios de Comunicación: <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx?s=est&c=2395> [Recuperado el 08/03/2016]
- INEC, B. d. (2010). *Boletín de Estadísticas turísticas 2010-2014*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/BoletinesEstadisticos/Anuario/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2010-2014.pdf> [Recuperado el: 03/03/2016]
- León, D. (2008). *Concepto del análisis de situación*. Obtenido de <http://ww.crea.udg.mx/handle/123456789/130> [Recuperado el: 02/03/2016]
- Ley de Turismo. (2016). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf> [Recuperado el: 02/05/2016]
- Moreno, L. (2016). *Datos Estadísticos*. Obtenido de Conceptos Básicos: [http://www.pps.k12.org.us/district/depts/edmedia/videoteca/curso1/html/SEC\\_54.HTM](http://www.pps.k12.org.us/district/depts/edmedia/videoteca/curso1/html/SEC_54.HTM) [Recuperado el 03/03/2016]
- Observatorio Turístico de Bogotá*. (2016). Obtenido de Instituto Distrital de Turismo: <http://www.bogotaturismo.gov.co/directorio-turistico-de-bogota> [Recuperado el 08/06/2016]
- Observatorio Turístico Galapagos*. (2016). Obtenido de <http://www.observatoriogalapagos.gob.ec/observatorio/observatorio-de-turismo-de-galapagos> [Recuperado el 08/06/2016]
- OMT. (1994). *Organización Mundial de Turismo*. Obtenido de Entender el Turismo: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>[Recuperado el 04/04/2016]
- OMT. (2006). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Entender el turismo: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> [Recuperado el 04/04/2016]
- Organizacion de Estados Iberoamericanos. *O.E.I.* Obtenido de Cultura: <http://www.oei.es/cultura/enlaces2.htm> [Recuperado el 08/06/2016]
- Plan de Desarrollo Turístico de Ecuador. (2006). *PLANDETUR 2020*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf  
[Recuperado el 09/06/2016]

Plan Nacional del Buen Vivir. (2016). *Plan Nacional de Desarrollo*. Obtenido de

<http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf> [Recuperado el 02/06/2016]

Quadrini, F. A. (2012). *La calidad como estrategia competitiva para la industria de la hospitalidad en la Patagonia*. Obtenido de <http://gtci.com.br/congressos/congresso/2012/pdf/eixo3/Quadrini.pdf> [Recuperado el 15/03/2016]

Santágata, M. H. (2011). *La importancia de un observatorio turístico en provincia de Buenos Aires como instrumento de orientación en la toma de decisiones y en la planificación*. Obtenido de Secretario académico de la Maestría en Gestión Turística: [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/25780/Documento\\_completo.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/25780/Documento_completo.pdf?sequence=1) [Recuperado el 08/06/2016]

Silberman, A. G. (2011). *Clasificación de Atractivos Turísticos*. Obtenido de corbuse\_turismo:

<http://corbuseturismo.blogspot.com/2011/07/clasificacion-de-atractivos-turisticos.html> [Recuperado el 05/04/2016]

Silberman, A. G. (2011). *Clasificación de Atractivos Turísticos*. Obtenido de corbuse\_turismo [Recuperado el 10/04/2016]

Sistema virtual estadístico. (2016). *Difusión de datos*. Obtenido de principios de difusión:

[https://www.virtualstatisticalsystem.org/es/temas/theme/45-data-dissemination-data-warehousing/?no\\_cache=1](https://www.virtualstatisticalsystem.org/es/temas/theme/45-data-dissemination-data-warehousing/?no_cache=1) [Recuperado el 08/03/2016]

Urdapilleta, A. M. (2006). *que es un observatorio y cuales son sus funciones*. Obtenido de observatorio de violencia social y de género en Tottrón: <http://www.redalyc.org/pdf/1794/179414895002.pdf> [Recuperado el 07/04/2016]

Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local*. Obtenido de [http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco\\_c.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf) [Recuperado el 10/03/2016]

# ANEXOS

## ANEXO N° 01

### Facilidades turísticas de la Parroquia Belisario Quevedo

	Facilidades	Ubicación	Característica
1	Parque Recreacional "Santa Rosa"	Barrio Santa Rosa	Es un parque de recreación familiar. Cuenta con una superficie de 28.890m <sup>2</sup> . En donde las familias pueden acudir para tener actividades de esparcimiento como: Paseo en botes, deportes en canchas de fútbol, vóley, básquet, juegos tradicionales.
2	Sendero "Kashaloma"	Comunidad "Potrerillos"	Sendero que conduce a los turistas a sectores que pueden disfrutar de vista panorámica y una interrelación con la naturaleza. Sendero con grado de dificultad #2. Tiene 947mt. de recorrido. Es necesario 30 min. para recorrerlo en su totalidad, desde la comunidad "Potrerillos" hasta la Cabaña "Kunuc Loma".
3	Ciclo Ruta	Barrios Culaguango Bajo, Centro y Alto. San Luis. Santa Rosa. Centro. Comunidad Potrerillos	Ruta para realizar ciclo paseo por el sector de Culaguango. Ruta para practicar "Ciclismo de montaña", por los sectores de San Luis, Potrerillos y Santa Rosa.
4	Rally	Barrios de la parroquia	A lo largo de la parroquia se realizan carreras de carros
5	Parapente	Comunidad "Potrerillos"	Los clubes de parapente existentes en la provincia de Cotopaxi practican este deporte de aventura. Existen operadores de turismo que ofertan a los turistas practicar esta actividad.
6	Cabalgatas	Comunidad "Potrerillos"	Ofrecer caballos a los turistas para el recorrido de la parroquia
7	Áreas de camping	Comunidad "Potrerillos" y barrio Culaguango	Áreas delimitadas para acampar.
8	Pesca deportiva	Santa Rosa	Actividad recreativa, en donde las personas pescan con anzuelo en piscinas de truchas.

Fuente: Instituto de Economía Popular y Solidaria, IEPS

Fuente: David Escudero A.

**ANEXO N° 02****TABLA: BARRIOS DE LA PARROQUIA**

<b>No.</b>	<b>BARRIO/SECTOR/COMUNIDAD</b>	<b>NOMBRE</b>
1	Barrio	BARRIO CENTRO
2	Barrio	CHAVEZPAMBA
3	Barrio	FORASTERO
4	Barrio	GUANAILIN
5	Barrio	GUANAILIN BATALLAS
6	comunidad	ILLUCHI
7	Barrio	LA CANGAHUA
8	Barrio	LA COMPAÑÍA
9	Barrio	LA MERCED
10	Comunidad	POTRERILLOS
11	Barrio	SAN FRANCISCO
12	Barrio	SAN LUIS
13	Barrio	SAN MIGUEL PAMBA
14	Barrio	TUNDUCAMA
15	Barrio	SECTOR EL EMPEDRADO
16	Barrio	PISHICAPAMBA
17	Comunidad	SANTA ROSA
18	Barrio	GALPON LOMA
19	Barrio	MANZANAPAMBA
20	Barrio	SAN ANTONIO
21	Barrio	CHAUPI CONTADERO
22	Barrio	CULAGUANGO
23	Barrio	LO DOLOROSA
24	Barrio	MIRAVALLE

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Latacunga 2015.

## ANEXO N° 03



### CUESTIONARIO PARA PRESTADORES DE SERVICIO TURISTICO DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO

El objetivo es proponer un diseño de un observatorio turístico en la parroquia Belisario Quevedo por lo que solicitamos información de la empresa que usted administra.

**Instrucciones:** Señale con una (x) la respuesta que considere usted cumple.

<p><b>1. Indique en cuál de estas actividades se desempeña su empresa:</b></p> <p>Alojamiento <input type="checkbox"/></p> <p>Gastronomía <input type="checkbox"/></p> <p>Agencia de viajes <input type="checkbox"/></p> <p>Transporte turístico <input type="checkbox"/></p> <p>Otros <input type="checkbox"/></p> <p>Cuál.....</p>	<p><b>2.¿Qué tiempo se encuentra su empresa en el mercado?</b></p> <p>Menos a 1 año <input type="checkbox"/></p> <p>Entre 1 a 5 años <input type="checkbox"/></p> <p>Entre 5 a 10 años <input type="checkbox"/></p> <p>Más de 10 años <input type="checkbox"/></p>																								
<p><b>3.¿Cuál es la capacidad instalada en su establecimiento?</b></p> <p>Menos a 30 pax <input type="checkbox"/></p> <p>30 a 50 pax <input type="checkbox"/></p> <p>60 a 100 pax <input type="checkbox"/></p> <p>150 a 200 pax <input type="checkbox"/></p> <p>Más de 200 pax <input type="checkbox"/></p>	<p><b>4.¿Cuáles son los meses que mayor acogida tiene su establecimiento durante el año?, califique del 1 al 3, siendo 3 el mes de mayor influencia y el 1 de menor influencia.</b></p> <table border="1" data-bbox="863 1397 1390 1731"> <tr> <td>Enero</td> <td>Febrero</td> <td>Marzo</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Abril</td> <td>Mayo</td> <td>Junio</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Julio</td> <td>Agosto</td> <td>Septiembre</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Octubre</td> <td>Noviembre</td> <td>Diciembre</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Enero	Febrero	Marzo				Abril	Mayo	Junio				Julio	Agosto	Septiembre				Octubre	Noviembre	Diciembre			
Enero	Febrero	Marzo																							
Abril	Mayo	Junio																							
Julio	Agosto	Septiembre																							
Octubre	Noviembre	Diciembre																							
<p><b>5.¿Cuándo usted creó su empresa dispuso de los siguientes datos?</b></p> <p>Estadísticas sobre oferta turística <input type="checkbox"/></p> <p>Estadísticas sobre demanda turística <input type="checkbox"/></p> <p>Estadísticas sobre inversión turística <input type="checkbox"/></p> <p>Ninguna de las anteriores <input type="checkbox"/></p>	<p>Estadísticas sobre oferta turística <input type="checkbox"/></p> <p>Estadísticas sobre demanda turística <input type="checkbox"/></p> <p>Estudios sobre actualidad turística <input type="checkbox"/></p> <p>Estadísticas sobre inversión turísticas <input type="checkbox"/></p> <p>Estudios sobre tendencias turísticas <input type="checkbox"/></p> <p>Otra, cuál..... <input type="checkbox"/></p>																								

<p><b>7. ¿Qué organismo considera usted, debería proporcionar información turística de la parroquia?</b></p> <p>a) Instituto Nacional de Estadísticas y censos (INEC) <input type="checkbox"/></p> <p>b) Servicio de rentas Internas (SRI) <input type="checkbox"/></p> <p>c) G.A.D. Provincial de Cotopaxi <input type="checkbox"/></p> <p>d) G.A.D. Municipal del cantón de Latacunga <input type="checkbox"/></p> <p>e) G.A.D. Parroquial <input type="checkbox"/></p> <p>f) Universidades <input type="checkbox"/></p>	
<p><b>8. ¿Estaría dispuesto a aportar con información turística de su empresa para tener datos estadísticos de la parroquia?</b></p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	
<p><b>9. ¿Qué tipo de turistas ha utilizado más sus instalaciones?</b></p> <p>Turistas internacionales <input type="checkbox"/></p> <p>Turistas nacionales <input type="checkbox"/></p>	<p><b>10. Usted conoce lo que es un Observatorio Turístico</b></p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>
<p><b>11.Cuál es el ingreso económico promedio mensual de la empresa</b></p> <p>100 a 300 <input type="checkbox"/></p> <p>400 a 700 <input type="checkbox"/></p> <p>800 a 1100 <input type="checkbox"/></p> <p>Más de 1200 <input type="checkbox"/></p>	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO N° 04



### CUESTIONARIO PARA TURISTAS

El presente cuestionario tiene por objetivo, proponer un diseño de un observatorio turístico en la parroquia Belisario Quevedo, por lo que solicitamos información.

**Instrucciones:** Señale con una (x) la respuesta que considere usted cumple.

<b>Edad:</b>	Menor de 20	21-30	31-40	41-50	51-60	61 en adelante
<b>Género:</b>	Masculino			Femenino		
<b>Nacionalidad</b>	Ecuatoriana			Extranjero	<b>País:</b>	
<b>Nivel de Instrucción</b>	Primaria	Secundaria		Universitario		Posgrado
<b>Ocupación</b>	Estudiante	Trabajador		Ama de casa	Jubilado	
<b>Ingreso Mensuales</b>	Menos de 500	600 a 1000	1500 a 2000	2500 a 3000		Más de 3000

<p><b>1. ¿Con que frecuencia usted visita la parroquia de Belisario Quevedo?</b></p> <p>Semanal <input type="checkbox"/></p> <p>Mensualmente <input type="checkbox"/></p> <p>Trimestral <input type="checkbox"/></p> <p>Semestral <input type="checkbox"/></p> <p>Anual <input type="checkbox"/></p>	<p><b>2. ¿Cuál es la actividad turística por la cual visita la parroquia?. Seleccione una sola opción</b></p> <p>Gastronomía <input type="checkbox"/></p> <p>Deportes <input type="checkbox"/></p> <p>Ocio <input type="checkbox"/></p> <p>Alojamiento <input type="checkbox"/></p> <p>Visita al parque de la familia <input type="checkbox"/></p> <p>Culturales <input type="checkbox"/></p>
<p><b>3. ¿En caso de seleccionar gastronomía, ubique cuales son los platos que consume con mayor frecuencia al visitar la parroquia?. Selecciones una sola opción</b></p> <p>Cuy con papas y zarsa <input type="checkbox"/></p> <p>Caldo de gallinas <input type="checkbox"/></p> <p>Mote con fritada <input type="checkbox"/></p> <p>Llapingachos <input type="checkbox"/></p> <p>Choclo con habas <input type="checkbox"/></p> <p>Papas y queso <input type="checkbox"/></p> <p>Chicha <input type="checkbox"/></p> <p>Cochos con tostado <input type="checkbox"/></p> <p>Ninguno <input type="checkbox"/></p>	<p><b>4. En caso de seleccionar deportes, ubique que deporte realiza con frecuencia</b></p> <p>Trekking <input type="checkbox"/></p> <p>Parapente <input type="checkbox"/></p> <p>Down hill <input type="checkbox"/></p> <p>Motocross <input type="checkbox"/></p> <p>Trail running <input type="checkbox"/></p> <p>Ninguno <input type="checkbox"/></p>



<p><b>5.¿En caso de seleccionar alojamiento, en donde se hospeda?</b></p> <p>Hotel <input type="checkbox"/></p> <p>Motel <input type="checkbox"/></p> <p>Quintas <input type="checkbox"/></p> <p>Casa de amigos <input type="checkbox"/></p> <p>Ninguno <input type="checkbox"/></p>	<p><b>6.¿Cuándo visita la Parroquia de Belisario Quevedo cuanto tiempo de estadía se queda?</b></p> <p>Solo por horas <input type="checkbox"/></p> <p>1-2 días <input type="checkbox"/></p> <p>3-4 días <input type="checkbox"/></p> <p>5-7 días <input type="checkbox"/></p> <p>Más de una semana <input type="checkbox"/></p>
<p><b>7.¿Cuándo visita la parroquia Belisario con quien viaja?. Seleccione una opción.</b></p> <p>Amigos <input type="checkbox"/></p> <p>Pareja <input type="checkbox"/></p> <p>Familia <input type="checkbox"/></p> <p>Solo <input type="checkbox"/></p>	<p><b>8.¿Con que medio de transporte se traslada a la parroquia Belisario Quevedo?</b></p> <p>Auto propio <input type="checkbox"/></p> <p>Transporte publico <input type="checkbox"/></p> <p>Camioneta <input type="checkbox"/></p> <p>Taxi <input type="checkbox"/></p> <p>Otros.....<input type="checkbox"/></p>
<p><b>9. Cuando visita la Parroquia ¿Cuál es su gasto económico en servicios y sitios turísticos al día?</b></p> <p>Menos de 5 dólares <input type="checkbox"/></p> <p>De 6-15 dólares <input type="checkbox"/></p> <p>De 16-30 dólares <input type="checkbox"/></p> <p>Más de 30 dólares <input type="checkbox"/></p>	<p><b>10.Seleccione una sola opción, cuál es el servicio que más gasto de dinero le origina cuando visita la parroquia Belisario Quevedo</b></p> <p>Hospedaje <input type="checkbox"/></p> <p>Alimentación <input type="checkbox"/></p> <p>Transporte dentro de la parroquia <input type="checkbox"/></p> <p>Bebidas <input type="checkbox"/></p> <p>Souvenir <input type="checkbox"/></p>
<p><b>11.Cómo calificaría usted el servicio turístico en la parroquia</b></p> <p>Excelente <input type="checkbox"/></p> <p>Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>Regular <input type="checkbox"/></p> <p>Malo <input type="checkbox"/></p>	<p><b>12.¿Cómo calificaría usted la información y señalética (letreros de orientación a los atractivos) turística de la Parroquia?</b></p> <p>Excelente <input type="checkbox"/></p> <p>Bueno <input type="checkbox"/></p> <p>Regular <input type="checkbox"/></p> <p>Malo <input type="checkbox"/></p> <p>No existe <input type="checkbox"/></p>

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO N° 05



### **GUÍA DE ENTREVISTA PARA EL PRESIDENTE DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO**

El presente banco de preguntas tiene como objetivo el proponer un Observatorio Turístico en la parroquia Belisario Quevedo por lo que solicitamos información básica que usted conozca.

8. Que tiempo lleva a cargo del GAD Parroquial
  
9. Como ve usted que se ha desarrollado la actividad turística en la parroquia.
  
10. Conoce usted de las empresas que se encuentran en la parroquia Belisario Quevedo
  
11. Usted ha generado información de datos estadísticos a los empresarios de la parroquia
  
12. Los empresarios se han acercado a usted a pedirle alguna información de la situación actual de la parroquia.
  
13. Cree usted que sea necesario un centro de información de datos estadísticos (Observatorio Turístico) en la parroquia.
  
14. Quien cree usted que debería administrar la información estadística de la parroquia.

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO N° 06



### GUÍA DE ENTREVISTA PARA EL REPRESENTANTE DE AGENCIA DE VIAJES DEL CANTÓN LATACUNGA

El presente banco de preguntas tiene como objetivo el proponer un Observatorio Turístico en la parroquia Belisario Quevedo por lo que solicitamos información básica que usted conozca.

8. Que tiempo lleva a cargo de su empresa.
9. Como ve usted que se ha desarrollado la actividad turística en el Cantón y en las parroquias
10. Conoce usted de las empresas que se encuentran en la parroquia Belisario Quevedo
11. Usted ha generado información de los atractivos que se encuentran dentro de la parroquia Belisario Quevedo
12. Usted ha generado información del cerro Putzalahua.
13. Usted ha ofrecido paquetes turísticos con visita al cerro Putzalahua.
14. Cree usted que sea necesario un centro de información de datos estadísticos (Observatorio Turístico).
15. Quien cree usted que debería administrar la información estadística

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO N° 07**

**FICHA DE DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

**DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

**N°**

**Empresa:**

.....

**Dirección:**

.....

**Ciudad:**

.....

**Teléfono:**

.....

**E-mail:**

.....

**Fax:**

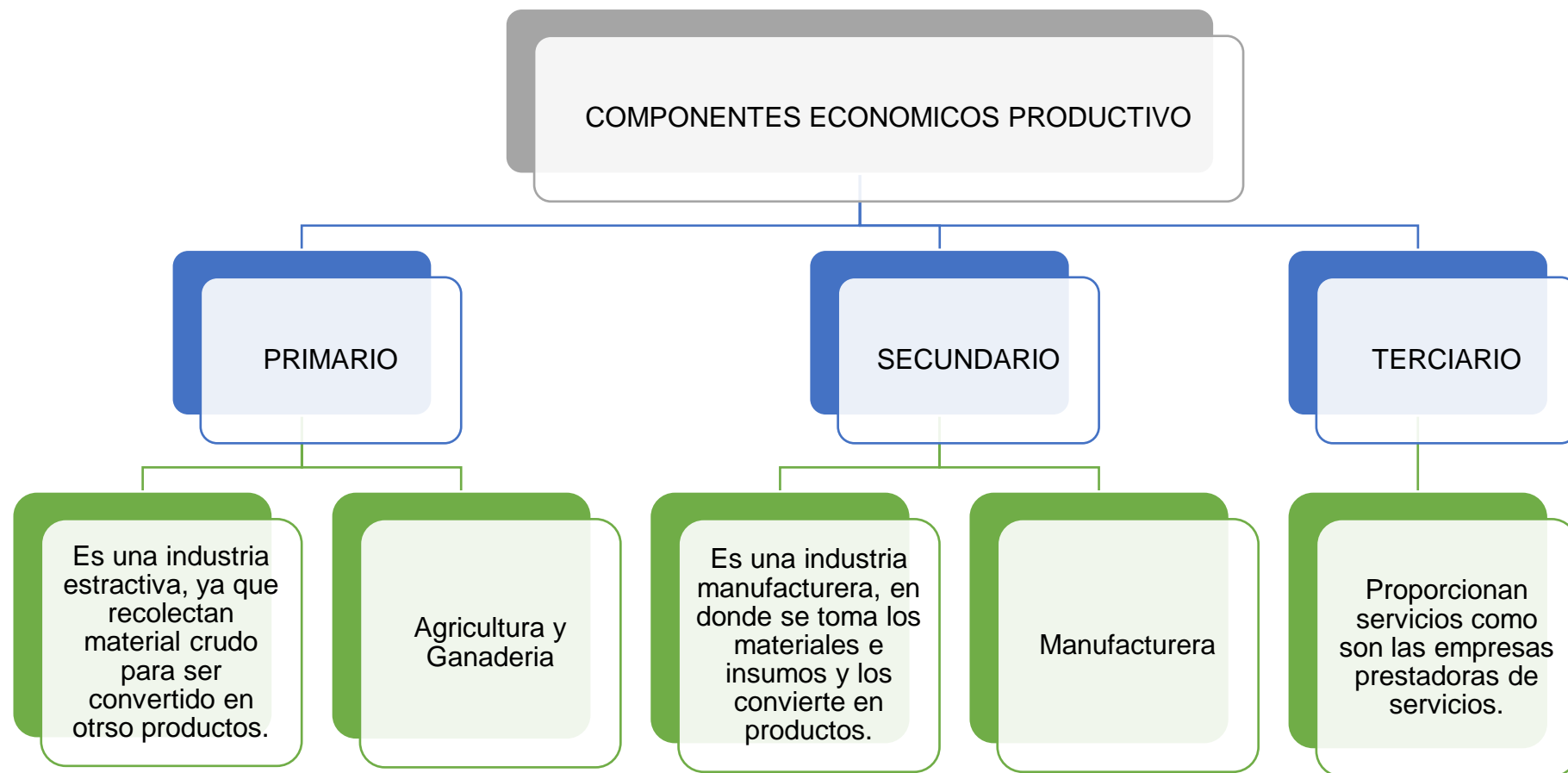
.....

**Personal de contacto:.....**

**Cargo:.....**

**Teléfono:.....**

## Anexo N° 08



Fuente: Diagnostico Belisario Quevedo

Fuente: Elaboración propia

Anexo 09



*Parque de la Familia*



*Parque Central de Belisario Quevedo*



*Parque de la Familia*



*Parque Central de Belisario Quevedo*



*Parque Central de Saquisilí*



*Parque Central de Salcedo*



*Parque Central de Saquisilí*



*Parque Central de Saquisilí*



*Parque Central de Saquisilí*



*Prestador de servicio Turístico Belisario Quevedo*



*Parque Central de Saquisilí*



*Prestador de Servicio Turístico Belisario Quevedo*





*Prestador de Servicio Turístico Belisario Quevedo*



*Prestador de Servicio Turístico Belisario Quevedo*



*Hacienda Belisario Quevedo*



*Hacienda Belisario Quevedo*



*Parque Central de Saquisili*



*Parque Central de Saquisili*



*Parque Central de Saquisili*



*Parque Central de Saquisili*



*Parque de la Familia*



*Parque Central de Saquisilí*



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**CERTIFICACIÓN**

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por el señor o señorita:  
Aracely del Pilar Martínez Chariguamán y Raquel de los Angeles Vargas  
Salazar.

En la ciudad de Latacunga, a los 29 días del mes de Julio del 2016.




Ing. Cristian Molina Mgs.  
**DIRECTOR DEL PROYECTO**



Ing. Carlos Albán Mgs.  
**DIRECTOR DEL PROYECTO**

**Aprobado por:**



Dr. Juan Carlos Díaz  
**SECRETARIO ACADÉMICO**