



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**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: LAS “RUTAS AGROTURÍSTICAS ARTESANALES DE
LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA” Y SU INCIDENCIA EN LA
DINÁMICA DEL TURISMO LOCAL.**

AUTORA: MARTHA DANIELA LLUMIQUINGA PARRA

DIRECTOR: ING. ALBÁN CARLOS

LATACUNGA

2017



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

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

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo titulado **“LAS RUTAS AGROTURÍSTICAS ARTESANALES DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU INCIDENCIA EN LA DINÁMICA DEL TURISMO LOCAL”** realizado por la señorita Martha Daniela Llumiquinga Parra, 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 la señorita Martha Daniela Llumiquinga Parra para que lo sustente públicamente.

Latacunga, 02 marzo del 2017



ING. ALBÁN CARLOS
DIRECTOR



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

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

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **MARTHA DANIELA LLUMIQUINGA PARRA**, con cedula de identidad N° 05037806-9 declaro que este trabajo de titulación **LAS “RUTAS AGROTURÍSTICAS ARTESANALES DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA” Y SU INCIDENCIA EN LA DINÁMICA DEL TURISMO LOCAL**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan en el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Latacunga, 02 marzo del 2017

Martha Daniela Llumiquinga Parra

C.C.: 050337806-9



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

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

AUTORIZACIÓN

Yo, Martha Daniela Llumiquinga Parra autorizo a la UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE, la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución el presente trabajo de titulación “**LAS RUTAS AGROTURÍSTICAS ARTESANALES DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU INCIDENCIA EN LA DINÁMICA DEL TURISMO LOCAL**”, cuyo contenido, ideas y criterios es de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Latacunga, 02 marzo del 2017

Martha Daniela Llumiquinga Parra

C.C.: 050337806-9

DEDICATORIA

A Mercedes Llumiquinga quien ha sido mi padre y madre por su apoyo incondicional que me ha brindado en toda mi vida, a mi segunda madre Salome, mis primas Janeth y Martha quienes han sido un pilar fundamental en mi vida.

A mi novio Carlos por brindarme su confianza, orientación y consejos para desarrollar mi proyecto de tesis.

Daniela

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre por ayudarme a cumplir cada una de mis metas, y a toda mi familia quienes han sido un ejemplo de vida.

Le doy gracias a Dios por guiarme en mi carrera, por darme la fortaleza en los momentos que me he rendido y por llenarme de bendiciones al lado de una familia maravillosa.

A mis maestros Carlos Albán y Magda Cejas que me brindaron sus conocimientos.

Daniela

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xv

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES	1
1.1. Planteamiento del Problema	1
1.1.1. Formulación del Problema	3
1.2. Antecedentes	3
1.3. Justificación e Importancia	4
1.4. Objetivos	6
1.4.1. Objetivo General	6
1.4.2. Objetivo Especifico.....	6

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	7
2.1. Fundamentación Filosófica	7
2.2. Fundamentación Conceptual	8
2.3. Fundamentación Legal.....	13
2.4. Hipótesis	19
2.5. Cuadro de Operacionalización de Variables	19

CAPÍTULO III

3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	22
3.1.	Diseño de la situación actual.....	22
3.1.1.	Macro ambiente	23
A.	Descripción Geográfica	23
B.	Límites.....	23
C.	División política	24
D.	Características	24
E.	Microambiente.....	27
F.	Análisis interno.....	41
G.	FODA	44
H.	Análisis matricial	45
3.1.2.	Diseño de los instrumentos	47
3.1.3.	Población y muestra.....	47
3.1.4.	Técnicas de recolección de datos	49
A.	Encuestas	50
B.	Entrevista	50
C.	Fichas de observación	50
D.	Criterio de expertos.....	50
E.	Validez y Confiabilidad	51

CAPÍTULO IV

4.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	53
4.1.	Análisis de los resultados.....	53
4.1.1.	Encuestas realizadas a los actores de las Rutas Agroturísticas Artesanales de la provincia de Tungurahua.	53
4.1.2.	Encuestas realizadas a los turistas de las Rutas Agroturísticas Artesanales de la provincia de Tungurahua.	67
4.1.3.	Entrevista	81
4.2.	Discusión de los resultados.....	82

CAPÍTULO V

5.	PROPUESTA DEL PLAN DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA.....	83
5.1.	Introducción.....	83
5.2.	Antecedentes	84
5.3.	Objetivo General	85
5.4.	Diseño del Plan de Dinamización Turística	85
5.5.	Misión y Visión del Plan de Dinamización Turística Turístico.....	87
5.5.1.	Misión.....	87
5.5.2.	Visión	88
5.6.	Líneas Estratégicas.....	88
5.7.	Objetivos estratégicos	89
5.8.	Políticas.....	89
5.8.1.	Línea Estratégica N° 1	90
A.	Objetivos	91
B.	Justificación.....	91
C.	Metas	92
5.8.2.	Línea Estratégica N° 2	96
A.	Objetivos	96
B.	Justificación.....	96
C.	Metas	97
5.8.3.	Línea Estratégica N° 3	100
A.	Objetivos	100
B.	Justificación.....	100
C.	Metas	101
	CONCLUSIONES	106
	RECOMENDACIONES.....	107
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	108
	ANEXOS.....	111

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Variable Independiente: Rutas Agroturísticas Artesanales.....	20
Tabla 2.	Variable Dependiente: Dinámica del Turismo Local	21
Tabla 3.	División política.....	24
Tabla 4.	FODA.....	44
Tabla 5.	Técnicas e instrumentos.....	49
Tabla 6.	Segmento de Interés.....	51
Tabla 7.	Edad	54
Tabla 8.	Género.....	55
Tabla 9.	Cantón	56
Tabla 10.	Desarrollo económico	57
Tabla 11.	Apoyo para desarrollo turístico	58
Tabla 12.	Capacitaciones	59
Tabla 13.	Instituciones Públicas: Actividad / Capacitación	60
Tabla 14.	Capacitación primordial	61
Tabla 15.	Difusión de los emprendimientos.....	62
Tabla 16.	Opciones de publicidad.....	63
Tabla 17.	Aceptación de turistas.....	64
Tabla 18.	Distintivo para identificación	65
Tabla 19.	Obstáculo para el desarrollo turístico	66
Tabla 20.	Edad	68
Tabla 21.	Género.....	69
Tabla 22.	Cantones de la Provincia de Tungurahua.....	70
Tabla 23.	Como conoció las rutas	71
Tabla 24.	Número de visitas	73
Tabla 25.	Destino.....	74
Tabla 26.	Dificultad	75
Tabla 27.	Califique la vialidad.....	77
Tabla 28.	Califique el hospedaje.....	78
Tabla 29.	Califique la alimentación	79

Tabla 30.	Califique los Servicios básicos.....	80
Tabla 31.	Descripción del Diseño del Plan de Dinamización Turística	87
Tabla 32.	Línea Estratégica 1	93
Tabla 33.	Acción y Actividad.....	94
Tabla 34.	Línea Estratégica	98
Tabla 35.	Acción y Actividad.....	99
Tabla 36.	Acción y Actividad.....	103
Tabla 37.	Resumen del Plan de Dinamización Turística	104
Tabla 38.	Cronograma de ejecución del Plan de Dinamización Turística	105

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Ruta Agroturísticas Artesanales de Ambato	28
Figura 2.	Ruta Agroturísticas Artesanales de Cevallos.....	29
Figura 3.	Ruta Agroturísticas Artesanales de Patate	31
Figura 4.	Ruta Agroturísticas Artesanales de Pillaro.....	32
Figura 5.	Ruta Agroturísticas Artesanales de Baños	34
Figura 6.	Ruta Agroturísticas Artesanales de Mocha.....	36
Figura 7.	Ruta Agroturísticas Artesanales de Pelileo.....	37
Figura 8.	Ruta Agroturística Artesanales de Tisaleo.....	39
Figura 9.	Ruta Agroturística Artesanales de Quero	40
Figura 10.	Descripción de los Dinamizadores turísticos	42
Figura 11.	Edad	54
Figura 12.	Género.....	55
Figura 13.	Cantón	56
Figura 14.	Desarrollo económico	57
Figura 15.	Apoyo para desarrollo turístico	58
Figura 16.	Capacitaciones	59
Figura 17.	Instituciones.....	60
Figura 18.	Capacitación primordial	61
Figura 19.	Difusión de los emprendimientos.....	62
Figura 20.	Opciones de publicidad.....	63
Figura 21.	Aceptación de turistas.....	64
Figura 22.	Distintivo para identificación	66
Figura 23.	Obstáculo para el desarrollo turístico	67
Figura 24.	Edad	69
Figura 25.	Género.....	70
Figura 26.	Cantones de la provincia de Tungurahua	71
Figura 27.	Como conoció las rutas	72
Figura 28.	Número de visitas	73
Figura 29.	Destino.....	74
Figura 30.	Dificultad	76

Figura 31.	Califique la vialidad.....	77
Figura 32.	Califique el hospedaje.....	78
Figura 33.	Califique la alimentación.....	79
Figura 34.	Califique los Servicios básicos.....	80
Figura 35.	Diseño del Plan de Dinamización Turística.....	86
Figura 36.	Iconografía de las actividades de las líneas estratégicas	105

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene el propósito de obtener información para evaluar el desarrollo turístico en “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la provincia de Tungurahua” las mismas que están conformadas por actores públicos y privados de los nueve cantones de la provincia. En el primer capítulo se plantea el problema y se establece un análisis, permitiendo al investigador establecer cuáles son las debilidades de los actores turísticos de Las Rutas Agroturísticas Artesanales. En el segundo capítulo se describe la conceptualización de los términos usados en turismo comunitario, asociativo, y leyes que consideran al turismo como un eje dinamizador de la economía. En el tercer capítulo se describe el macro ambiente que establece las características físicas donde están establecidas las rutas y el micro ambiente analiza las nueve rutas de la provincia, describiendo emprendimientos turísticos naturales y culturales como: gastronomía, cultura, patrimonio, museos, hospedaje, deporte extremos, artesanías, complejos turísticos, y granjas agroecológicas. En el cuarto capítulo se analiza los resultados de las entrevistas aplicadas a los integrantes del Comité de Turismo Provincial y también las encuestas realizadas a los actores turísticos de las rutas para establecer los requerimientos necesarios con los cuales se puedan dinamizar el turismo local. En el quinto capítulo se propone el plan de dinamización turística con el cual se pretende mejorar las actividades turísticas en las rutas, mediante un buen manejo de la publicidad, inclusión de nuevos actores para complementar los servicios turísticos en cada ruta, encaminados todos a ofrecer un buen servicio mediante capacitaciones.

PALABRAS CLAVE:

- **AGROTURISMO**
- **PROVINCIA TUNGURAHUA**
- **TURISMO COMUNITARIO**
- **TURISMO ARTESANAL**

ABSTRACT

The present titling word has the purpose of obtaining information to evaluate the tourist development in "The Agroturistic Craft Routes of the province of Tungurahua" the same ones that are conformed by public and private actors of the nine cantons of the province. In the first chapter the problem is raised and an analysis is established, allowing the researcher to establish what are the weaknesses of the tourist actors of The Agroturistic Craft Routes. The second chapter describes the conceptualization of the terms used in community tourism, associative, and laws that consider tourism as a driving force of the economy. The third chapter describes the macro environment that establishes the physical characteristics where the routes are established and the micro environment analyzes the nine routes of the province, describing natural and cultural tourism ventures such as: gastronomy, culture, heritage, museums, lodging, sport Extremes, handicrafts, tourist complexes and agroecological farms. In the fourth chapter, the results of the interviews applied to the members of the Provincial Tourism Committee are analyzed, as well as the surveys made to the tourist actors of the routes to establish the necessary requirements with which to stimulate local tourism. The fifth chapter proposes a tourism promotion plan with the aim of improving tourist activities on the routes, through a good management of advertising, inclusion of new actors to complement tourism services in each route, all aimed at providing a Good service through training.

KEYWORDS:

- **AGROTOURISM**
- **TUNGURAHUA PROVINCE**
- **COMMUNITY TOURISM**
- **ARTISANAL TOURISM**

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES

1.1. Planteamiento del Problema

El Ecuador es un País excepcionalmente diverso, que atrae al turismo gracias a su biodiversidad y a su riqueza cultural, turistas de todo el mundo llegan para conocer lugares de un valor incalculable.

El turismo en la zona 3 está protagonizado por diferentes atractivos culturales, naturales entre otros muy conocidos. La Provincia de Tungurahua tiene una gran diversidad cultural, ambiental y turística misma que la convierte en un lugar atractivo para el visitante nacional e internacional.

El H. Gobierno Provincial de Tungurahua mediante la Dirección de Producción, actores locales y demás entes públicos son los representantes que se unen con el objetivo de dinamizar las actividades turísticas a nivel de la provincia de Tungurahua, en busca del desarrollo del sector y el posicionamiento en el mercado turístico, planificando en base a información turística de credibilidad y con las estrategias de difusión más adecuadas que permitan captar a los potenciales consumidores.

Las rutas establecidas son visitadas y conocidas por el gran potencial turístico y por medio de la Dirección de Producción del Consejo Provincial mediante los departamentos de Agropecuaria, Turismo y la Agenda de Competitividad, las mismas que establecieron estrategias para promocionar los atractivos naturales, fincas agroturísticas y artesanías.

En las Rutas Agroturísticas Artesanal de Tungurahua se puede evidenciar que las falencias es la escasa oferta de ocio, que complemente la estancia de los visitantes, haciendo que esta fuese más prolongada, la inexistencia de

materiales promocionales adecuados y orientados al turista que fomenten dichas oferta y el mejoramiento de la calidad en el servicio de la oferta turística.

Otro hecho constatable es el escaso esfuerzo por unificar a todos los atractivos turísticos que se encuentran en el área circundante a la ruta agroturísticas con los actores de los emprendimientos. Para lo cual en la actualidad se han realizado capacitaciones para los actores de las rutas incentivando el mejoramiento para el servicio al cliente, infraestructura y facilidades turísticas que ayudarían a incrementar la calidad de la oferta.

Pero dichas capacitaciones no han sido aprovechadas de una forma positiva para la gestión y desarrollo del turismo de cada sector para mejorar la calidad de vida de los actores locales que constituyen la ruta.

La formación de los actores y prestadores de servicios turísticos de las Rutas Agroturísticas Artesanales no ha sido equitativo, ya que no todos los miembros integrantes de cada emprendimiento turístico han participado de estas capacitaciones, a fin de que adopten servicios de calidad, con buenas practicas turísticas, para que tales servicios estén orientados a satisfacer las necesidades de la demanda y conozcan las finalidades y objetivos por los que fue creada las Rutas Agroturísticas Artesanales y los beneficios del turismo. Tanto los propietarios como el personal de estos emprendimientos carecen, de formación y cualificación, donde los empleados han sido capacitados, con amplios conocimientos sobre atención al cliente, idiomas, recursos turísticos, nuevas tecnologías, gestión de reservas y comercialización.

En definitiva, la oferta de las Rutas Agroturísticas Artesanales, a pesar de ser variada en recursos paisajísticos, ambientales, gastronómicos y arquitectónicos, es pobre en los demás recursos y servicios, sobre todo en los de alojamiento y oferta complementaria, que permita que estas iniciativas y ofertas turísticas sean más atractivas para el mercado y no han permitido

dinamizar el sector turístico. De acuerdo al árbol de problemas (Anexo 1), se siente la necesidad de estudiar las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua y su incidencia en el turismo local para desarrollar y fortalecer los emprendimientos turísticos de los actores inmersos en la ruta.

1.1.1. Formulación del Problema

¿Cómo incide la dinamización de las Rutas Agroturísticas Artesanales en el desarrollo del turismo local de Tungurahua?

1.2. Antecedentes

Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la provincia de Tungurahua constituyen los actores públicos y privados de los nueve cantones, agrupados para trabajar con objetivos y líneas estratégicas comunes para convertir a la provincia en un potencial turístico.

De acuerdo al estudio realizado por Tamayo (2009) menciona que:

La promoción de nuevas rutas turísticas y su incidencia en el desarrollo turístico de la provincia de Tungurahua” realizado en la Universidad Técnica de Ambato, cuyo objetivo general es determinar la incidencia de las rutas turísticas de la provincia de Tungurahua identificando así las principales rutas turísticas existentes en la provincia tomando en cuenta el impacto futuro que pueda establecer en el turismo provincial y así generar más fuentes de trabajo al ser los sectores beneficiados con la visita de los turistas.

Concluyendo así que las rutas diseñadas son de gran interés para los turistas ya sean nacionales o extranjeros lo cual favorecerá una gran afluencia de los mismos y una gran fuente de ingreso económico para el progreso de la provincia.

De tal manera que aporta con la información de las principales rutas turísticas y el impacto que genera la dinámica en el desarrollo local y turístico de la provincia.

Otro aporte realizado por Sacatoro (2013) con el tema “Plan de Dinamización Turística Turística en la comunidad de Malinguapamba, parroquia Isinliví, cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi” en la cual se plantea como objetivo general el Diseñar un Plan de Dinamización Turística turística para promover el desarrollo sostenible, con la participación activa de los miembros de la comunidad de Malinguapamba, en la cual mediante el diagnostico técnico descriptivo realizado permitio conocer de forma específica y sistemática las condiciones de vida de los pobladores locales.

El aporte con el cual sirve como sustento para desarrollar la estructuración para la propuesta del Plan de Dinamización Turística Turístico conformada por tres programas definidos de la siguiente forma; en la parte ambiental-cultural, turismo sostenible, marketing turístico; en que cada programa posee proyectos focalizados y delineados a cumplir con la misión y visión de la propuesta.

De acuerdo con los temas anteriormente mencionados contribuyen al tema de tesis a desarrollarse con la información de las rutas turísticas principales que se han promocionado teniendo así una perspectiva de la actividad turística, además otro contribución para el desarrollo de la propuesta se centra en el tema de tesis realizado por Sacatoro (2013) en donde contiene la metodología para desarrollar el Plan de Dinamización.

1.3. Justificación e Importancia

En las Rutas Agroturísticas Artesanales son una forma diferente de hacer turismo, es una forma de aprovechar las tradiciones y vivencias del mundo rural con los turistas, las comunidades permiten conocer a fondo sus costumbres, su diario vivir y sus conocimientos ancestrales. Algunas comunidades indígenas en Tungurahua se han dado cuenta que con el

turismo pueden generar mayores recursos y han abierto sus puertas para mostrar los atractivos de sus pueblos y de sus regiones desde una perspectiva única.

En este contexto se ha implementado el proyecto de las rutas Agroturísticas artesanales de Tungurahua pensando en el desarrollo turístico como uno de los puntales de la economía local y regional, pero es importante visualizar que dicho proyecto aún no ha conseguido ser una herramienta para lograr un ordenado desarrollo, solucionar los problemas existentes y aprovechar adecuadamente las potencialidades en beneficio de sus habitantes, buscando en el largo plazo una rentabilidad económica global, la conservación de los recursos naturales y mejor distribución de la riqueza.

Las actividades turísticas en las Rutas Artesanales Agroturísticas de Tungurahua no han logrado la interacción de la belleza paisajística, la participación de las comunidades y las formas de vida bajo principios de equidad y trabajo comunitario, donde su eje principal sea la sostenibilidad económica y social de los habitantes de las parroquias que integran este proyecto concebido por el gobierno local.

Considerando los parámetros expuestos, se podría inferir que en términos generales las iniciativas de turismo en las rutas no han aprovechado su potencial tanto natural como cultural si estos problemas continúan se vería afectado este proyecto al no tener una solución concreta y acertada en cuanto al aprovechamiento de sus recursos turísticos, es por esto y debido a las causas antes mencionadas que se consideró importante realizar una investigación para determinar la incidencia de la ruta y realizar la propuesta del Plan de Dinamización Turística para desarrollo y fortalecimiento de los emprendimientos turísticos, estableciendo metas y estrategias que permitan mejorar la situación actual de las Rutas Agroturísticas Artesanales ya que este estudio permitirá que en el futuro se realicen proyectos focalizados que contemplen la conexión entre los principales atractivos, la satisfacción de las

necesidades económico-sociales y al mismo tiempo la conservación de la identidad cultural y los procesos ecológicos en base a una planificación de todos los actores participantes.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Analizar la dinámica de las “Rutas Agroturísticas Artesanales de la provincia de Tungurahua” con la finalidad de conocer su incidencia en el turismo local.

1.4.2. Objetivo Especifico

- Realizar el diagnóstico de la situación actual de los actores que intervienen en las “Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua”.
- Determinar las bases teóricas sobre las “Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” con énfasis en el Ecuador.
- Conocer de parte de los responsables en la dinámica de “Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua”, si las mismas cuentan con los factores de apoyo gubernamental correspondiente para el desarrollo turístico.
- Determinar a través de la opinión del turista la calidad, beneficio y bondades que ofrece la provincia de Tungurahua a través de las Rutas Agroturísticas Artesanales
- Diseñar el Plan de Dinamización Turística para las Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Filosófica

La investigación será basada en el paradigma crítico – propositivo debido a que privilegia la interpretación y explicación de los fenómenos sociales y naturales. Propositivo porque plantea alternativas de solución para el bienestar de la sociedad en la que se lleva a cabo la investigación.

De acuerdo al paradigma e investigara la problemática de las Rutas Agroturísticas Artesanales para la recolección de información necesaria para analizar y sintetizar la investigación para dar solución mediante una propuesta.

Para el desarrollo del presente tema que se define como critico – propositivo debido a que se realizara un proceso crítico de la situación económica actual de los actores inmersos en la ruta, definiendo la problemática, para consecutivamente en base a los resultados obtenidos de la investigación plantear una propuesta de desarrollo y fortalecimiento para el emprendimiento turístico, estableciendo metas y estrategias que permitan alcanzar el bienestar de sus habitantes.

El estudio de la incidencia en la dinámica del turismo local permitirá obtener desde el lugar de estudio, mediante la utilización de una ficha de observación en donde se tomara nota de los aspectos importantes que se desarrollan en el interior de las rutas, esto servirá de gran ayuda al momento de analizar e interpretar los datos, además se realizara entrevistas a los ofertantes turísticos de la provincia de Tungurahua por estar involucrados en la actividad turística local investigada para de esta forma tener una visión precisa para su aprovechamiento de sus recursos mediante la propuesta.

2.2. Fundamentación Conceptual

Turismo

Es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocio u otros motivos. Cabarcas (2011, p. 25)

Turismo Interno

Se entiende por turismo interno el uso y consumo de servicios turísticos, realizado por los residentes nacionales o extranjeros, en un país, fuera de su domicilio habitual, pero dentro del territorio nacional, por un plazo mayor de 24 horas, pero menor de 90 días. Boullón (1990, p. 87)

Turismo Receptor

Incluye a los no residentes en un determinado país o región, que viajan a otro país que no es el suyo, por un periodo no superior al año. Este tipo de turismo produce una entrada de riqueza procedente del exterior, por lo cual es muy importante desde el punto de vista económico. Cabarcas (2011, p. 36)

Turismo Emisor

Engloba a los residentes de un país que se desplazan a otro país distinto al suyo. Este turismo provoca una pérdida de riqueza desde el punto de vista económico, ya que los turistas nacionales gastan su dinero en el extranjero y no dentro de nuestras fronteras. Cabarcas (2011, p. 45)

Destino Turístico

Espacio que cuenta con los elementos necesarios para la atracción de corrientes turísticas o recursos turísticos y para su acceso, desplazamiento disfrute en dicho espacio en empresas e infraestructura turística. Olmos & Garcia (2013, p. 67)

Rutas turísticas

Con las condiciones que brindan la posibilidad y realidad de los negocios asociados al turismo rural en sus diferentes modalidades, surge uno muy especial; la demarcación rutas turísticas. Se trata de una condición necesaria complementaria en los esfuerzos por hacer convergir la oferta y la demanda turística. Tolón & Lastra (2008, p. 94)

Agroturismo

Se entenderá por agroturismo los servicios turísticos prestados en las explotaciones agrarias, siempre que esta actividad sea complementaria con la agraria habitual y principal, para lo cual se estará a lo ordenado con carácter general respecto a los servicios de que se trate. Woltera Kluwer (2007, p. 81)

Artesanías

Representado por aquellos actos de transacciones comerciales en lugares específicos que sobresalen por su alta producción de artículos y objetos que contienen el arte popular. Castellano (2010, p. 39)

Gastronomía

Personas que durante sus viajes y estancias realizan actividades fundamentadas en el patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con el principal fin de consumir y disfrutar productos, servicios, experiencias e

inspiraciones gastronómicas de manera prioritaria y complementaria. Montecinos (2013, p. 94)

Turismo de Negocios

Está compuesto por el conjunto de viajes de quienes tienen como principal actividad los negocios y requieren servicios turísticos con alta calidad y competitividad, dicha corriente turística está vinculada con actividades laborales, profesionales y comerciales, realizadas durante eventos para cubrir dichos propósitos. Castellano (2010, p. 54)

Turismo cultural.

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, el acercamiento a sus raíces gastronómicas etc., permitiendo de este modo un enriquecimiento cultural para el viajero. Olmos & Garcia (2013, pág. 49)

Turismo de Aventura

Según Castellano (2010): “Clasificado como uno de los más importantes del modelo alternativo, las actividades de este turismo son peligrosas y de alto riesgo” (p. 25).

Turismo Comunitario

El turismo comunitario significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter. Se basa también en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. Reguero (1994, p. 84)

Planta Turística

Es la estructura productiva del turismo, ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos y actividades de un lugar. Castro (2006, p. 83)

Infraestructura

Como mencionan Cardenas, Caballero, & Pacheco (2004): “Es considerada como la dotación de bienes y servicios con los que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas” (p. 38).

Superestructura

La superestructura turística comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico. Bullon (1990, p. 91)

Centro Turístico

Boullón (1990) expresa que: “Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico” (p. 63).

Corredor Turístico

Son las vías de conexión entre las zonas, las áreas, los complejos, los centros, los conjuntos, los atractivos turísticos, los puertos de entrada del turismo receptivo y las plazas emisoras del turismo interno, que funcionan como los elementos estructurados del espacio turístico. Bullon (1990, p. 78)

Oferta turística

Jay (2011) menciona que: "Es el conjunto de bienes, productos y servicios, de recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar y que se estructuran de manera que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas" (p. 95).

Demanda Turística

Valencia (2004) expresa que: "Conjunto de necesidades requeridas por el turista durante su desplazamiento y en lugar de la estancia. Formada por el conjunto de consumidores posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. Está compuesta por consumidores o turistas".

Mercado turístico

Crosby & Moreda (1996) sugieren que: "Engloba a la demanda turística todos aquellas personas que realizan viajes relacionados con el turismo y la oferta turística los productos y servicios turísticos, los competidores y los intermediarios que orientas al consumidor hacia un determinado producto)" (p. 93).

Producto turístico

El producto turístico se presenta como un conglomerado, una amalgama, una constelación de elementos tangibles e intangibles en particular. Entre los elementos tangibles se hallan los bienes, los recursos, las infraestructuras y los equipamientos; entre los intangibles, se encuentran los servicios, la gestión, la imagen de marca y el precio. Pérez, Guerrero, & González (2010)

Paquete turístico

Paquete turístico que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, mantenimiento y transporte), por el que se abona un precio, dentro

del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta. Fonseca (2007, p. 88)

Dinámica del Turismo Local

Se trata de poner en marcha actividades que doten de contenidos al destino y permitan la comercialización de productos. Es importante cuidar la diversidad de las actuaciones y articular los distintos productos de modo que, a partir de los establecimientos de alojamiento o restauración, el turista tenga múltiples posibilidades de ocio. Garcia (2011)

2.3. Fundamentación Legal

Para la elaboración del presente tema en estudio se debe tener en cuenta una sustentación legal como leyes, normas, ordenanzas y permisos que establezca las actividades relacionadas para el desarrollo eficaz y eficiente de la investigación.

Como se menciona en la Constitución de la República del Ecuador (2008) en el Art.3 los deberes primordiales del estado son:

1. Fortalecer la unidad nacional en la diversidad
2. Garantizar la ética laica como sustento del que hacer público y el ordenamiento jurídico
3. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.
4. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.
5. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.

El apoyo legal de la Constitución de la República del Ecuador manifiesta que se debe promover el desarrollo sustentable para el buen vivir mediante la planificación, para fortalecer el territorio con la preservación de los recursos naturales y culturales.

El Plan Nacional para el Buen Vivir (2013 - 2017) dentro de los objetivos nacionales para el Buen Vivir, se menciona los siguientes objetivos que contribuyen al desarrollo de la investigación.

- Objetivo 3: “Mejorar la calidad de vida de la población”
- Objetivo 7: “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global”
- Objetivo 8: “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”

Los objetivos promueven mejorar el nivel de vida de la población mediante un desarrollo sostenible dentro del territorio.

Dentro de los ítems de las líneas de acción para la Zona 3 indica que para la Transformación de la matriz productiva se debe:

- Fortalecer la conectividad regional, nacional e internacional para la integración territorial, productiva y comercial.
- Impulsar el crecimiento del turismo en sus diversas modalidades en el marco de la economía popular y solidaria.

Para la Zona 3 a la cual pertenece la provincia de Tungurahua se toma en cuenta las acciones para el cambio de la matriz productiva que cita fortalecer la conectividad entre regiones de manera que se promueva el crecimiento turístico y socioeconómico para la población.

Dentro de los objetivos que se indica en el Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020” a ser alcanzados a través de la ejecución de sus programas y proyectos, son los siguientes:

1. Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.
 2. Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
 3. Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas, impulse el proceso de descentralización en implementación, con procesos eficientes que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador.
 4. Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.
 5. Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.
- Equipo Consultor Tourism & Leisure – Europraxis (2007)

Los objetivos del PLANDETUR 2020 consideran al turismo sostenible como un eje de dinamización para la economía por medio de la planificación

realizada por los entes públicos y privados que impulsen al desarrollo de los destinos turísticos generando así una oferta para la satisfacción del turista.

En la Ley de Turismo del 27 de Diciembre del 2002 entre las generalidades cita los siguientes artículos:

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, lo siguiente:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
- 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 racional de los recursos 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 Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen 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; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno

La actividad turística que se desarrolla mediante emprendimientos turísticos permite el fortalecimiento de una oferta turística que permite una dinámica con el objetivo de promover el turismo, los mismos que deben ser promovidos mediante la promoción por medio de los gobiernos provincial y cantonal para adquirir una demanda turística y satisfacerlos.

La Ley de Fomento Artesanal se toma en cuenta debido a que dentro de las rutas existen artesanos los mismos que están amparados por la ley citada en el Título I cuyos artículos son:

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley.

Art. 2.- Para gozar de los beneficios que otorga la presente Ley, se considera:

- a) Artesano Maestro de Taller, a la persona natural que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondientes, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes y dirige personalmente un taller puesto al servicio del público;
- b) Artesano Autónomo, aquél que realiza su arte u oficio con o sin inversión alguna de implementos de trabajo, y
- c) Asociaciones, gremios, cooperativas y uniones de artesanos, aquellas organizaciones de artesanos, que conformen unidades económicas diferentes de la individual y se encuentren legalmente reconocidas.

Los artesanos que desarrollan su actividad en las Rutas Agroturísticas Artesanales la Ley de Fomento Artesanal protegen a la asociación, gremios o cooperativas que se establezcan para el desarrollo turístico. El Gobierno Provincial de Tungurahua, recalca el acuerdo realizado para impulsar las líneas estratégicas para cada cantón de la Provincia, y se citan los siguientes:

- 3) De acuerdo al COOTAD en el Art. 41 se determina como función del gobierno autónomo descentralizado provincial: "...e) ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la constitución y la ley y, en dicho marco, presentar los servicios públicos, fomentar las actividades provinciales productivas masi como las de vialidad, gestión ambiental, riego, desarrollo agropecuario y otras que le sean expresamente delegadas o descentralizadas, con criterios de calidad, eficacia y eficiencia, observando los principios de universidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, interculturalidad, subsidiariedad, participación y equidad; f) Fomentar las actividades productivas y agropecuarias provinciales, en coordinación con el articulo 42 que establece como competencia exclusiva del gobierno productivas provinciales,
- 4) La Provincia de Tungurahua cuenta con una Estrategia de Turismo, la misma que ha sido trabajada por 280 actores públicos, privados,

comunitarios de la Provincia, esta herramienta de planificación fue presentada, validada en Sesiones de Concejo de cada Municipio, del H. Gobierno Provincial de Tungurahua y en el Ministerio de Turismo y se cuenta con resoluciones políticas Cantonales y Provinciales; para lograr su implementación se cuenta con convenio Marco firmado a 5 años a partir del año 2009 con todos los actores que conforman el Comité de Turismo de Tungurahua.

- 5) El H. Gobierno Provincial de Tungurahua, a través de la dirección de Producción viene impulsando de manera mancomunada con varios actores públicos-privados la implementación de la Estrategia Provincial de Turismo cuyos ejes prioritarios, son: desarrollo de productos turísticos, gestión de información turística clave, fortalecimiento de la gobernanza, capacitación y formación de habilidades.

2.4. Hipótesis

Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua inciden en la dinámica del turismo local.

2.5. Cuadro de Operacionalización de Variables

Variable Independiente: Rutas Agroturísticas Artesanales

Variable Dependiente: Dinámica del Turismo Local

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1.

Variable Independiente: Rutas Agroturísticas Artesanales

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES BÁSICOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
RUTAS AGROTURÍSTICAS: Según. (Blanco M & Valladares) Las rutas Agroturísticas Artesanales es una forma de turismo que ofrece al turista la oportunidad de participar en actividades tradicionales agrarias y labores artesanales.	Formas de turismo	Actividades turísticas	¿Qué actividades Agroturísticas se desarrollan? ¿Cuál es el entorno de las actividades turísticas? ¿Las actividades turísticas son de fácil acceso? ¿Cuál es el tiempo de pernoctación de los turistas? 1 a 2 días <input type="checkbox"/> 3 a 4 días <input type="checkbox"/>	Encuestas entrevista
	Participación en actividades agrarias y tradicionales	Condiciones actuales para realizar actividades agrarias tradicionales	Señale las condiciones en las que se encuentran los servicios turísticos Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> En mal estado <input type="checkbox"/> Actualmente cuales es la oferta de las actividades agrarias en las rutas -----	Encuestas Entrevista
	Participación en actividades artesanales	Condiciones para realizar actividades turísticas artesanales	¿Qué rutas turísticas son las más frecuentadas? ¿Qué rutas han tenido un desarrollo económico en la actualidad? ¿Cuáles son las condiciones para realizar actividades artesanales? Pintar mascararas <input type="checkbox"/> orfebrería en barro <input type="checkbox"/> tallar madera <input type="checkbox"/>	Encuestas entrevista

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 2.

Variable Dependiente: Dinámica del Turismo Local

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
Dinámica del turismo local: son las actividades turísticas de cada emprendimiento que se agrupan para coordinar una oferta de servicios para el turista generando un desarrollo económico local y un destino turístico.	Oferta de servicios	alojamiento transportes telecomunicaciones	¿Qué ofertas de servicios es más visitado? Alojamiento <input type="checkbox"/> Restaurantes <input type="checkbox"/> ¿Cómo ha incidido la implementación de las rutas en la provincia? ¿Existe suficiente transporte para los turistas?	Encuestas Entrevistas
	Emprendimiento turístico	relaciones sociales interacción de actores facilidades turísticas	¿Cómo se planifica el desarrollo local? ¿Existen convenios entre actores de la ruta? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> si su respuesta es positiva: mencione cuales son los convenios	Encuestas Entrevistas
	Desarrollo económico	infraestructura oferta demanda	¿Cómo afecta el desarrollo económico en la localidad con la implementación de la ruta? positivo <input type="checkbox"/> negativo <input type="checkbox"/> ¿La oferta turística se ha incrementado en los últimos años?	Encuestas Entrevistas

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la situación actual

En el estudio es necesario proporcionar información relevante para tener una perspectiva frente a la propuesta, el diagnóstico situacional está encaminado a identificar, detallar y generar un análisis de la condición actual de los actores relacionados con el desarrollo del turismo local.

En primera instancia para evaluar la situación actual se realiza una investigación cualitativa, de acuerdo a los objetivos planteados, la cual aborda el problema de lo macro a lo micro. En este caso se inicia con el diagnóstico de la situación actual, que permite recopilar información preliminar referente a la influencia del macro entorno y posteriormente se considera las condiciones internas, es decir, la perspectiva de los beneficiarios del proyecto.

Estos diagnósticos generarán información veraz, sobre los que se podrá trabajar para establecer el análisis del sistema turístico, concluyendo con varios aspectos que resulten óptimos para la planificación.

La investigación se realizara en base a un modelo combinado: descriptivo propositivo porque se trabaja sobre la realidad de los hechos y sus características esenciales los mismos que se analizaran los resultados, a fin de extraer generalidades significativas que ayudaran al conocimiento.

De manera que, con los datos cualitativos y cuantitativos recolectados se llegará a obtener los resultados de la incidencia en la dinámica del turismo local para realizar un Plan de Dinamización Turística en “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua”.

3.1.1. Macro ambiente

A. Descripción Geográfica

La provincia de Tungurahua está situada en el centro de la Región Sierra Ecuatoriana, su capital es la ciudad de Ambato. Posee una superficie de 3.334 Km² y se halla a una altitud de 2.557 msnm.

Los habitantes de la provincia se dedican a la:

- Agricultura
- Ganadería
- Turismo
- Comercio
- Industria textil: confección de cuero, vestido, calzado, entre otras.

Esta provincia se caracteriza por las fiestas, flores, frutas y las artesanías. La provincia de Tungurahua posee 9 cantones: Ambato, Baños, Cevallos, Mocha, Patate, Pelileo, Pillaro, Quero y Tisaleo.

B. Límites

Los límites de la provincia de Tungurahua son:

- **Norte:** Cotopaxi y Napo
- **Sur:** Chimborazo y Morona Santiago
- **Este:** Pastaza
- **Oeste:** Cotopaxi y Bolívar

C. División política

La provincia de Tungurahua se encuentra dividida en nueve Cantones en los cuales se encuentran distribuidas las Rutas Agroturísticas Artesanales.

Tabla 3.

División política

CANTÓN	POBLACIÓN (2015)	ÁREA Km ²	CAPITAL
Ambato	322.856	1.009	Ambato
Baños	30.518	1.065	Baños
Cevallos	11.163	19	Cevallos
Mocha	9.777	86	Mocha
Patate	20.497	315	Patate
Pelileo	62.573	202	Pelileo
Píllaro	48.357	443	Píllaro
Quero	17.544	173	Quero
Tisaleo	15.137	60	Tisaleo

Fuente: (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2016)

D. Características

Fiestas Populares

- Fiesta de las Flores y las Frutas.
- Señor del Terremoto de Patate.
- Fiestas de independencia de Ambato.

Gastronomía

Los platos típicos que se puede encontrar en cada uno de los cantones de Tungurahua son:

- **Llapingachos:** Está compuesto por tortilla de papa, chorizo, huevo frito, aguacate y ensalada.

- **Cuy asado:** Este plato contiene cuy asado al carbón acompañado de papas cocinadas con salsa de maní y una porción de ensalada fresca de tomates y lechugas.
- **Pan de Pinlo:** Su sabor exquisito proviene de su preparación en hornos de leña donde su masa está compuesta de harina de castilla y manteca de cerdo.
- **Yaguarlocro:** Plato compuesto por trocitos de tripas de borrego con aguacate, tomate, cebolla, papas y su original sangre de borrego refrita que le dan un sabor único.
- **Melcochas:** Su preparación radica en hacer hervir panela y agua hasta que alcance el punto caramelo para luego ser enfriado y oxigenado por medio de estiramientos hasta alcanzar un color dorado.

Clima

Su clima se identifica por la región interandina y una influencia del clima mesotérmico seco, combinado con los vientos del cañón del río Pastaza. Su temperatura promedio es de 15°C

Flora

En lo que se refiere a vegetación existe la aguacolla como la flor representativa de la provincia de Tungurahua, los eucaliptos de más de 20 años de vida, cipreses, quishuar, molles, entre otros. Pero sin duda lo que más cautiva es la existencia de orquídeas de diferentes formas y colores.

Fauna

La provincia de Tungurahua al estar situado en el corredor ecológico Llanganates, reserva Sangay y la cuenta del río Pastaza posee un sin número de especies animales entre las más conocidas tenemos a los colibríes, mariposas, palomas y tórtolas

Hidrografía

Según EcuRed (2016) manifiesta que:

De las vertientes del Norte provienen los ríos: Huapante, Talatag, Quillopaccha, el Golpe, Pucachuayco y el Cutuchi, el cual engrandecen su caudal con varios afluentes y forma el Río Patate al unirse con el Ambato y el Pachanlica; estos vienen al Suroeste al igual que los ríos Tábalo, Chiquicagua y Alajua. Del Sureste viene el río Chambo que se une con el Patate y dan origen al Pastaza que cruza la cordillera y va hacia la Amazonia. Hacia el Oriente están los ríos Verde, Blanco, Machai, Mapoto y Topo.

Las lagunas más conocidas son: Yanacocha, Pisayambo, Aucacocha y las de los Anteojos.

Actividad Económica

La provincia de Tungurahua se caracteriza por las siguientes actividades:

- **Industriales:** Textiles, manufactura en cuero, plásticos, alimenticia, bebidas, madera, generación de energía eléctrica, metal mecánica y accesorios automotrices.
- **Artesanal:** Confección de muebles, máscaras, instrumentos musicales, artículos para el hogar, zapatos, tejidos, vestimentas, artículos en cuero, etc.
- **Ganadera:** Producción lechera y sus derivados, cárnicos, cuero;
- **Agricultura:** Producción de cultivos transitorios (hierbas aromáticas, legumbres y verduras) y permanentes (árboles frutales, caña de azúcar, pastos)
- **Comercio:** compra y venta de toda clase de bienes, servicios, artículos manufacturados, materia prima, etc.

E. Microambiente

La provincia de Tungurahua en el sector turístico esta fortalecido por atractivos naturales como: cascadas, lagunas, ríos, parques y reservas ecológicas. Complementadas con infraestructuras de: hospedaje, gastronomía, artesanías, y operadoras turísticas que ayudan a promover el turismo dentro de la provincia.

Por esta razón el H. Gobierno Provincial Tungurahua y Comité de Turismo de Tungurahua lanzó las nueve “Rutas Agroturísticas Artesanales”, que representan a cada cantón: Ambato, Píllaro, Patate, Pelileo, Baños, Quero, Mocha, Cevallos y Tisaleo; las mismas que se detallan a continuación:

- Ruta Agroturísticas Artesanal de Ambato.
- Ruta Agroturísticas Artesanal de Cevallos.
- Ruta Agroturísticas Artesanal de Patate.
- Ruta Agroturísticas Artesanal de Píllaro.
- Ruta Agroturísticas Artesanal de Baños.
- Ruta Agroturísticas Artesanal de Mocha.
- Ruta Agroturísticas Artesanal de Pelileo.
- Ruta Agroturísticas Artesanal de Tisaleo.
- Ruta Agroturísticas Artesanal de Quero.

Ruta Agroturística Artesanal de Ambato.



Figura 1. Ruta Agroturísticas Artesanales de Ambato

Fuente: (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2016)

Ambato se ha caracterizado por el esfuerzo y talento de sus pobladores quienes lo han transformado en una tierra fructífera y de constante movimiento comercial, generando movimientos de producción de: calzado, vestimenta, artículos en cuero, bisutería, artículos artesanales. Los actores turísticos catastrados en la ruta de Ambato se detallan a continuación:

- Asociación Artesanal de Cuero y afines Quisapincha.
- Asociación artesanal San Antonio de Pasa
- Casa de Montalvo
- Casa del Portal
- Casa El Recreo
- Casa Museo Histórico Martínez Holguín (Quinta La Liria)
- Casa Museo Juan León Mera (Quinta de Mera)
- Centro Cultural Edmundo Martínez Mera.
- Centro Cultural Pachano Lalama

- Hostería Pueblito Serrano
- Hotel Acapulco
- Hotel Ambato
- Hotel Boutique Mary Carmen
- Hotel Señorial
- Jardín Botánico Atocha La Liria
- Maki Kunpa
- Parque Provincial de La Familia
- Quinta Ficoa Juan Montalvo
- Quinta Loren Hostería.
- Siga a la Granja Café Restaurante.
- Centro artesanal Ambato.
- Plaza Juan Cajas
- Colada Morada-Asociación 2 de Noviembre.

Ruta Agroturística Artesanal de Cevallos.

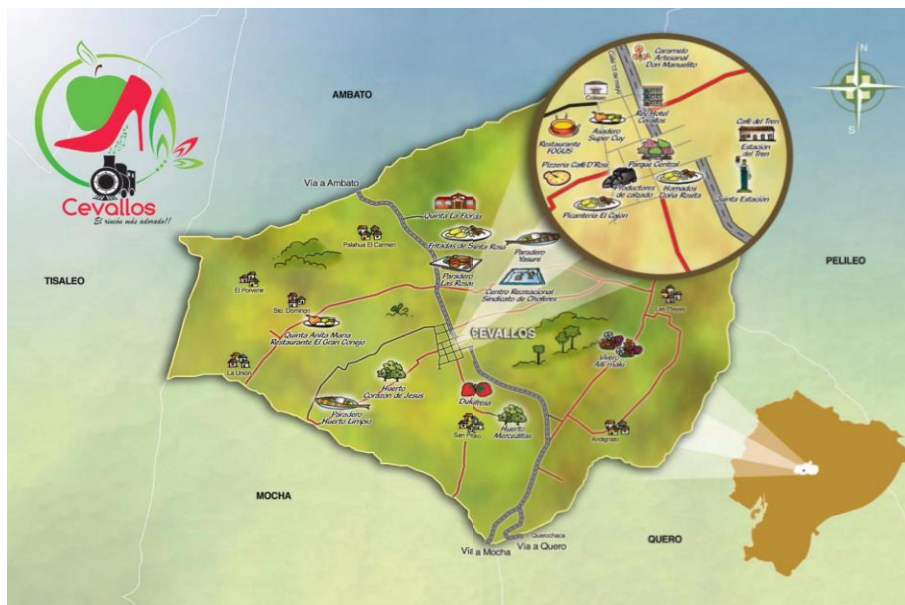


Figura 2. Ruta Agroturísticas Artesanales de Cevallos

Fuente: (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2016)

El cantón Cevallos por su lugar geográfico y emprendimientos comerciales se consolida como el centro de comercialización de productos agropecuarios, fincas de cultivos de árboles frutales, actividades comerciales, gastronomía y manufactura de calzado casual, de trabajo, industrial y deportivos haciendo de esta tierra un lugar de hombres emprendedores. En la Ruta Agroturísticas de Cevallos se identifican los siguientes emprendimientos:

- Asadero Súper Cuy.
- Asociación PROCALZA
- Asociación UNICALZA
- Café del Tren
- Calzado Jenny Junior
- Calzafince
- Calzado Joshep's Marc
- Calzado Gus-Mar
- Calzado Luifers
- Dulcifresa
- Estación del Tren
- Fritadas de Santa Rosa
- Hornados Doña Rosita
- Huerto Corazón de Jesús
- Huerto Merceditas
- Quinta Anita María-Restaurante El Gran Conejo
- Pizzería Café D'Rosi
- Paradero Las Rosas
- Picantería El Cajón
- Quinta La Florida
- Centro de Acopio

Ruta Agroturística Artesanal de Patate.



Figura 3. Ruta Agroturísticas Artesanales de Patate

Fuente: (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2016)

La actividad turística en el cantón Patate es favorable por encontrarse un valle cuyo clima se asemeja a primaveral teniendo una extensa vegetación, variedad de árboles frutales convirtiéndolo en un lugar placentero; y además su gastronomía típica lo hacen un lugar muy visitado por turistas nacionales y extranjeros.

En La Ruta del Cantón Patate se identifican los siguientes actores:

- Arepas de Mama Lucha
- Asadero Star
- Asociación Agroecológica San Rafael Alto
- Asociación Agropecuaria Quinlata
- Asociación de Guías Huiragchuro
- Casta Restaurant
- Finca Ecoturística Monte María
- Hacienda Manteles

- Hostería Quinlata
- Hostería Viña del Río
- Las Delicias de Patate
- Museo Religioso y Arqueológico Señor del Terremoto
- Nevada Snack Bar Restaurante
- Restaurante Casa Vieja
- Restaurante Mirador La Montaña
- Cascada Mundug
- Parque Central Simón Bolívar
- Parque Infantil
- Pasaje Soria

Ruta Agroturística Artesanal de Pillaro



Figura 4. Ruta Agroturísticas Artesanales de Pillaro

Fuente: (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2016)

En el Cantón Pillaro por la dedicación y habilidad de su población, ha logrado que sean muy conocidos por sus labores artesanales principalmente la fabricación de: instrumentos musicales de cuerda como las guitarras, violines, arpas y charangos; elaboración de prendas en cuero como chompas, cinturones, zapatos, mochilas otras, además de su gastronomía y la confección original de las caretas de cartón que son utilizadas en la diablada Pillareña y canastos de carrizo.

En el cantón Pillaro se identifican los siguientes actores los mismos que se describen a continuación:

- Café Bar Restaurante Sabor y Tradición
- Centro Parroquial Poaló
- Centro turístico Quillán
- Complejo Piscícola El Porvenir
- Complejo Turístico Monte Verde
- Galora Sport
- Granja Agroecológica del H.G.P.T
- Granja Penileo de Marianita Llanganate
- Hostería La Casa De Los Abuelos
- Hotel Chelos
- Mascaras de Diablos
- Museo “Rumiñahui”
- Paradero Don Homero
- Parque Nacional Llanganates
- Prosecc - Flor
- Restaurante Delicias de La Pacha Mama

- Centro de Turismo Comunitario Pondoá
- Colección Natural e Histórica Jigacho
- Exhibición La Mama Tungurahua
- Fábrica De Dulces “ El Guayabal”
- Hospedaje La Cocha
- Hostería Las Orquídeas
- Mariposario
- Orquideario Río Verde
- Panticucho
- Parque Aventura San Martín
- Parque De La Familia Baños De Agua Santa
- Puntzan Canopy
- River View Hostería Spa
- Cascada San Pedro Del Inca
- Cascada Manto De La Novia
- Cascada Pailón Del Diablo
- Cascada Encanto Del Roció
- Cascada La Chamana
- Malecón Río Verde
- Mirador De La Cruz De Bellavista
- Paradero De Jugo De Caña y Melcochas
- Salto De Péndulo (Puenting)

Ruta Agroturística Artesanal de Mocha



Figura 6. Ruta Agroturísticas Artesanales de Mocha

Fuente: (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2016)

El cantón Mocha tierra de hábiles tejedores donde se estableció las primeras fábricas de lanas y tejidos donde se confecciona prendas de vestir como chales y carteras de lana tejidas a mano, además se caracteriza por su deliciosa gastronomía de así como también por sus actividades artesanales de zapatos de cuero y chompas.

En este cantón se resaltan los siguientes emprendimientos:

- Artesanías De Masapan – Asociación San Carlos Querochaca
- Centro De Acopio
- Granja Integral Susana Morales
- Mochanitos Express

- Moyancaza
- Paradero María Diocelina
- Paradero Turístico Tupac Tambu
- Ruta Lava del Carihuayrazo
- Refugio De Don Antonio
- Restaurante La Escondida
- Restaurante Cuchara Mama
- Iglesia Matriz
- Parque Central Joaquín Hervas
- Mirador Pie De San Juan
- Cero Puñalica
- Paradero Gastronómico La Estación

Ruta Agroturística Artesanal de Pelileo

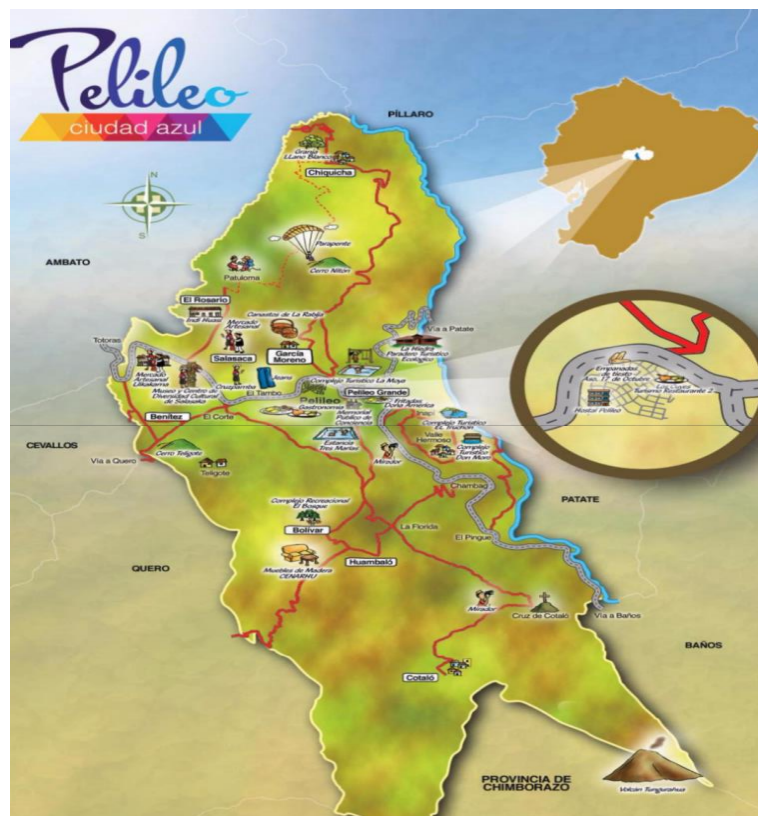


Figura 7. Ruta Agroturísticas Artesanales de Pelileo

Fuente: (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2016)

Los pobladores se han caracterizado desde antaño por ser hábiles obreros exclusivamente en la producción textil, configurando en el presente una verdadera industria dedicada a la elaboración de vestimenta de pantalones, vestidos en jeans, además hay que destacar su habilidad de hilar lana para realizar tejidos de bolsos y chales ancestrales.

En Pelileo se destacan los siguientes actores Agroturísticas artesanales:

- Canastos de la Rabija
- Cerro Teligote
- Complejo Recreacional Don Moro
- Complejo Recreacional El Bosque
- Complejo Turístico El Truchón
- Complejo Turístico La Moya
- Estancia Tres Marías
- Fritada Doña América
- Granja Agroecológica Llano Blanco
- Hostal Pelileo
- Indi Wasi
- La Hiedra Paradero Turístico Ecológico
- Mercado Artesanal y Cultural Llikakama
- Museo Y Centro De Diversidad Cultural De Salasaka
- Parapente Cerro Nitón
- Restaurante Rincón Suizo
- Empanadas De Tiesto
- Manufacturas De Jeans – El Tambo
- Mercado Artesanal – Salasaka
- Muebles De Madera – Huambaló
- Pelileo Grande Memorial Publico De Conciencia

Ruta Agroturística Artesanal de Tisaleo



Figura 8. Ruta Agroturística Artesanales de Tisaleo

Fuente: (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2016)

Tisaleo es uno de los cantones más jóvenes de la provincia y a su vez uno de los cantones que ha tenido un crecimiento acelerado debido al trabajo mancomunado de su población, se caracteriza por su desarrollo en la agricultura con cultivos transitorios y permanentes así como también con su actividad artesanal en la confección de zapatos de cuero e instrumentos musicales como guitarras. A continuación se detallan los emprendimientos más relevantes en este cantón:

- Asociación Corazón De Jesús

- Fritadas Mama Fanny
- Granja Agrícola “ Guerrero Hermanos”
- Granja CBG
- Granja Integral San Martin
- Hostería Sierra Bella
- Hotel Santa Lucia
- Lácteos Marlén
- Museo San Vicente
- Rancho Mi Corralito
- Rancho Tío Pepe
- Restaurante Casa Del Sol
- Taller De Guitarras De Juguete
- Tentadero El Carmen
- Tentadero J.R. Campo Verde – Helados Junior
- Turrone Brayhino
- Complejo Lacustre Puñalica

Ruta Agroturística Artesanal de Quero



Figura 9. Ruta Agroturística Artesanales de Quero
Fuente: (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2016)

Dentro del cantón Quero se puede observar que existe una habilidad innata para la elaboración de productos artesanales: en tejido (cobijas, ponchos de lana), en madera (Utensilios de cocina y muebles elaborados de laurel, canelo y cedro), artesanías por aficiones taurinas y religiosas (colchas taurinas y mantos bordados). En el Cantón Quero se puede establecer los siguientes emprendimientos:

- Aproleq
- Artesanías Sánchez
- Centro Ocupacional Medalla Milagrosa
- Cerro Igualata
- Colchas Taurinas
- Hacienda Hipolongo
- Helados Y Mermeladas De Uvilla
- Mirador Hierba Buena
- Muebles De Madera
- Quinta Ecológica “La Playa”
- Taller De Artesanías Moreta
- Limpes
- Cascada Jun Jun
- Parque Central Quero
- Santuario De Nuestra Señora Del Monte
- Monumento Al Labrador

F. Análisis interno

En el análisis interno se estudia los aspectos dinamizadores de las “Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” se distinguen actores públicos y privados que influyen en el aspecto turístico ya sea para la coordinación u ofrecer un bien, servicio, entretenimiento, entre otros.

Descripción de los Dinamizadores Turísticos en las “Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua”

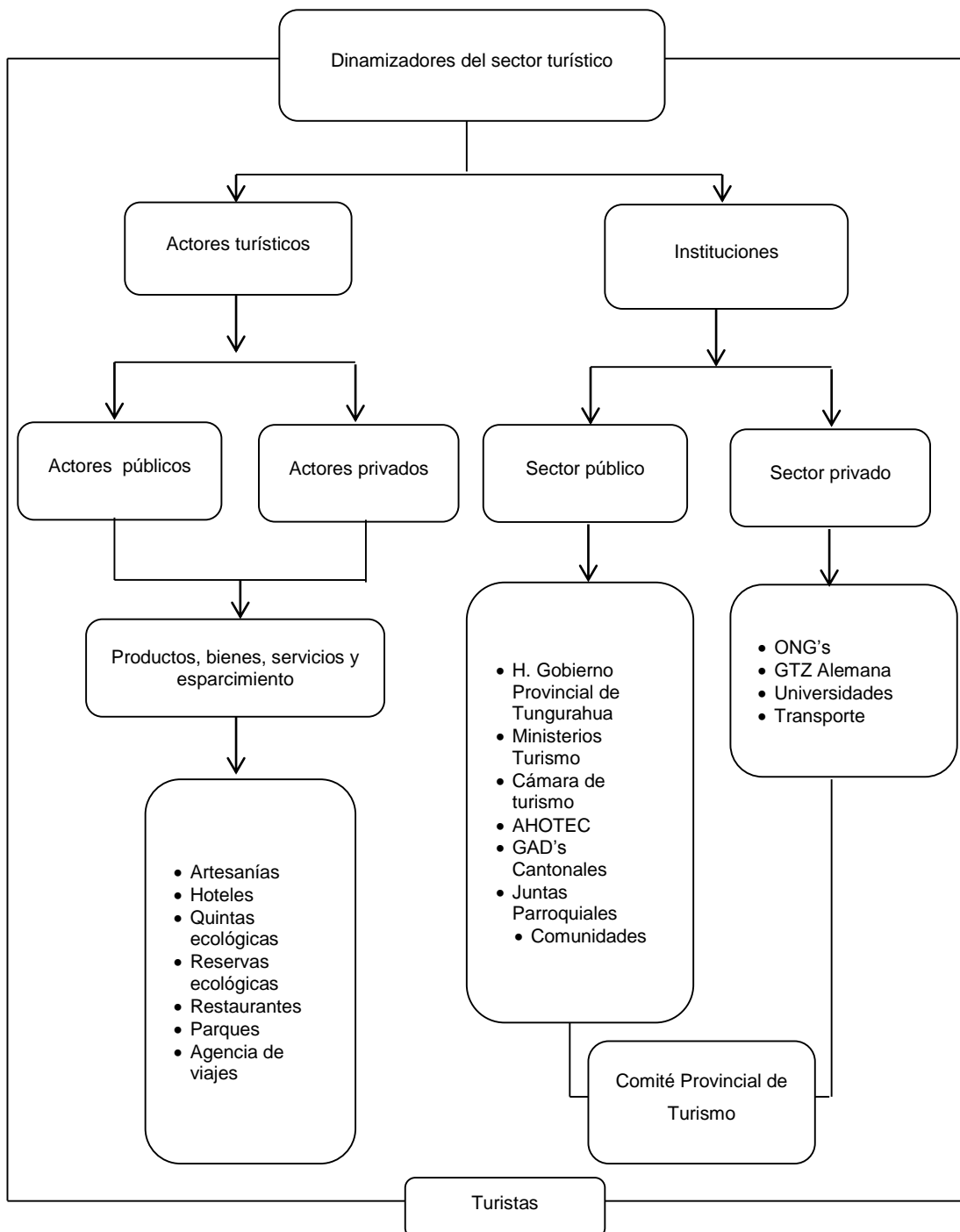


Figura 10. Descripción de los Dinamizadores turísticos

El Ecuador al ser un país privilegiado por tener recursos naturales en sus cuatro regiones lo hacen un lugar llamativo para los visitantes nacionales y

extranjeros, es por esta razón que la provincia de Tungurahua también goza con excepcionales recursos naturales y culturales por lo cual han motivado a los gobiernos de turno provincial, cantonales y seccionales, ministerios, organizaciones internacionales, universidades entre otros; a fortalecer el turismo en dicha provincia creando estrategias para ser aplicadas de forma regional, provincial y cantonal en función de un modelo de gestión: Parlamento Agua, Gente y Trabajo.

Esta investigación se enfoca en el Parlamento Trabajo ya que esta fomenta la producción integral y mancomunada de Tungurahua y a la vez se deriva en tres líneas de acción: Estrategia Agropecuaria, Agenda de Productividad y competitividad y Estrategia de Turismo.

Con el fin de fortalecer el Turismo en la provincia de Tungurahua en el año 2008, con la colaboración de 280 actores públicos, privados y comunitarios los mismos que representan a las nueve municipalidades, universidades, prestadoras de servicio, Cámara de Turismo, Ministerio de Turismo, ONG's entre otros, se crea cuatro líneas estratégicas: Desarrollo de Productos Turísticos, Gestión de Información Turística Clave, Capacitación y Formación de Habilidades, Gobernanza y las Instituciones relacionadas con el turismo,

Actualmente las Líneas Estratégicas se denominan: Desarrollo de Productos Turísticos, Marketing y Producción Turística, Formación y Capacitación Turística, Planificación y Coordinación Turística las cuales estarán vigentes hasta el año 2019

Una vez obtenida las cuatro estrategias turísticas estas deberán ser aplicadas en las nueve "Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua" teniendo en cuenta la realidad territorial.

Las “Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” ofrecen al visitante local, nacional y extranjero; recursos y atractivos que pueden ser naturales y culturales, servicios de alimentación, estadía, transporte, recreación, religioso, artesanales, históricos, gastronómicos, culturas vivas entre otros.

G. FODA

En el siguiente cuadro se analiza las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para elaborar un análisis matricial con el cual se pueda proponer un Plan de Dinamización Turístico para las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua.

Tabla 4.

FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Establecimientos de alojamiento nuevos. • Progresivo aumento de la oferta regularizada. • Empresarios con formación complementaria. • Abundancia de recursos patrimoniales. • Riqueza y proximidad al medio natural. • Gastronomía tradicional. • Autenticidad (artesanías). Tranquilidad. • Temperaturas suaves en verano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidad, Fragmentación de las vacaciones. • Feriados y Puentes vacacionales periódicos. • Búsqueda de autenticidad en la demanda. • Preocupación ambiental en la sociedad. • Generalización del asociativismo. Captación de turistas extranjeros. • Captación de nuevos turistas nacionales. • Irradiación de flujos turísticos del litoral. • Aprovechamiento de innovaciones tecnológicas. • Consolidación de la FEPCE • Marca Baños como destino. • Ejecución de planes estratégicos municipales y provinciales.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Tardío despegue de la oferta turística. • Escasa promoción de fiestas y tradiciones. • Corta duración de estancias. • Inadaptación recursos patrimoniales al consumo turístico. • Falta de servicios de información turística. • Falta de rentabilidad en negocios turísticos de las Rutas Agro Ecoturística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conflictos políticos dificultan acuerdos municipales. • Fracaso en las Reservas. • Inadaptación de la regulación sobre alojamiento turístico rural. • Abandono de los GADS • Insuficiente señalización e infraestructuras de comunicación. • Efectos crisis económica. • Competencia de nuevos destinos turísticos. • Desastres naturales. • Limitado persona técnico.

CONTINÚA →

-
- Escaso porcentaje de demanda extranjera.
 - Alojamientos de tipo individual (sin comidas).
 - Falta de asociatividad e insuficiente gestión.
 - Escaso material de promoción de la Rutas Turísticas.
 - No existe estrategias para la distribución del material impreso.
 - No existe difusión de la actividad turística.
 - No existe posicionamiento provincial del turismo en Tungurahua.
 - No existe un sistema estadístico para generar información de la oferta y demanda.
 - No existe un plan provincial e capacitaciones para todos los gestores del turismo.
 - El comité de turismo provincial no cuenta con un orgánico funcional.
 - Débil formación del personal operativo administrativo de la planta turística.
 - Capacitaciones limitadas.
 - Existe un limitado presupuesto para apoyar a la actividad turística.
-

H. Análisis matricial

En el contexto actual el turismo en la provincia de Tungurahua está fundamentado en cuatro líneas estrategias que son:

Desarrollo de Productos Turísticos:

- Contar con nuevas rutas y productos turísticos. (turismo de aventura, artesanías, gastronomía, naturaleza)
- Se identifica los recursos y atractivos (culturales y naturales)
- Implementación de servicios para el turista (alimentación, estadía, transporte, recreación).
- Posicionamiento mercantil
- Principios de sostenibilidad y responsabilidad social (ecoturísticos, comunitarios, religiosos, gastronómicos, artesanales entre otros.)

Marketing y Promoción Turística

- Coordinar la participación en ferias y eventos de exposición.
- Coordinar con la academia la actualización del Plan de Marketing
- Apoyar la marca provincial
- Contar con la página web
- Levantamiento de información del perfil del visitante
- Determinar el perfil socioeconómico de los actores de las rutas

Formación y Capacitación Turística

- Diseña e implementa programas de capacitación que permitan a los actores turísticos contar con talento humano idóneo.
- Coordinación con los GAD's Municipales y Parroquiales.
- Actualización de la información de las rutas.
- Profesionaliza a los actores turísticos

Planificación y Coordinación Turística

- Incorporar nuevos representantes al Comité Provincial de Turismo de Tungurahua.
- Elaboración de propuestas y convenios para implementar a la estrategia de turismo.
- Formulación de ordenanzas de tipo provincial

Estas Estrategias Turísticas están adaptadas a las nueve “Rutas Agroturísticas Artesanales” las cuales aprovechan los recursos naturales, culturales, productos turísticos, las artesanías, servicios de alimentación, estadía, transporte, recreación, religioso, históricos, culturas vivas entre otros para generar un buen desarrollo y desenvolvimiento en el ámbito turístico y a su vez sea sostenible y sustentable.

3.1.2. Diseño de los instrumentos

Los instrumentos para realizar la investigación son:

- **Investigación documental:** mediante esta técnica se consultara varios textos como libros, tesis y textos virtuales contengan información con la investigación.
- **Entrevista:** es una técnica de investigaciones que se utiliza para obtener información verídica porque existe la relación directa entre el investigador y el sujeto de estudio.
- **Encuesta:** es un instrumento cuantitativo de información diseñado para recopilar datos en donde el investigador realiza un formulario de preguntas redactadas estratégicamente para determinar un caso en particular de la investigación.

3.1.3. Población y muestra

Para el reconocimiento de la muestra se tomó como universo a la población a los beneficiarios directos e indirectos de las Rutas Agroturísticas Artesanales, es decir al total de sus miembros, así como los turistas que visitan el cantón de Tungurahua los días sábados y son nuestros potenciales clientes para lo cual fue utilizado el cálculo estadístico que se detalla a continuación, debido a que se trabajara directamente con las familias integrantes de las Rutas Agroturísticas Artesanales, se tuvo ya un universo específico de estudio, es decir el total de miembros que la conforman, 280 actores, quienes poseen un emprendimiento y trabajan activamente en el proyecto de turismo, por lo que se establecerá contactos con los actores de los emprendimientos.

Cálculo de la muestra de los actores de la ruta

Fórmula para la población finita se aplica cuando está delimitada y conocemos el número que la integran

Siendo:

n= El tamaño de la muestra a calcular

Z= 1,96 para un nivel de confianza del 95%

N= Población 280

$\sigma = 0.25$

e= Error de muestreo 0.05

$$n = \frac{Z^2 \times N \times \sigma^2}{e^2 N - 1 + Z^2 \times \sigma^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 280 \times (0.25)^2}{[(0.05)^2 \times 280] - 1 + [(1.96)^2 \times (0.25)^2]}$$

$$n = \frac{67.228}{0.7 - 1 + 0.96}$$

$$n = \frac{67.228}{0.66}$$

$$n = \mathbf{101.86}$$

N= 102 encuestas

Cálculo de la muestra de los turistas

Aplicación de la fórmula para la población infinita debido a que no se conoce el número exacto de turistas de cada cantón.

Siendo:

n= El tamaño de la muestra a calcular

Z= 1,96 para un nivel de confianza del 95%

P= Probabilidad de ocurrencia 0.5

Q= Probabilidad de no ocurrencia 0.5

N= Población 9.384

e= Error de muestreo 0.05

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 9.384}{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 + 9.384 + (0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.84 \times 0.5 \times 0.5 \times 9.384}{3.84 \times 0.5 \times 0.5 + (9.384(0.0025))}$$

$$n = \frac{9008.64}{24.42}$$

$$n = \mathbf{369}$$

Luego del cálculo se obtuvo que el tamaño de la muestra de los turistas que llegan al cantón de Tungurahua son: 369 encuestas.

Cabe destacar para la aplicación de las encuestas a los turistas se realizara el tipo de Muestreo intencional o de conveniencia debido a que se desea obtener la muestra de grupos característicos, para lo cual se establece que el porcentaje de intención para la aplicación de encuestas a los turistas es del 50% para se tomaran en cuenta 185 muestras como muestra.

3.1.4. Técnicas de recolección de datos

Para la investigación se preparó una metodología integrada, la misma que contiene técnicas e instrumentos tales como:

Tabla 5.

Técnicas e instrumentos

Técnicas	Instrumentos
Observación	Fichas de Observación (fotografías)
Entrevista	Cuestionario de Entrevistas (grabaciones)
Encuesta	Cuestionario de Encuestas

Por lo tanto las técnicas fueron de carácter práctico y operativo dirigidos a recolectar, conservar, analizar y transmitir datos sobre los cuales se investiga; mientras que los instrumentos sirvieron para recabar y extraer información directa de los mismos hechos.

A. Encuestas

Esta técnica se aplicará para analizar el criterio de los turistas que llegan al cantón de Tungurahua para determinar el nivel de conocimiento y la aceptación las rutas.

B. Entrevista

Se aplicará entrevistas estructuradas, direccionadas a las autoridades del G.A.D's Municipales, parroquiales y empresarios de turismo del cantón Tungurahua para recopilar opiniones, datos claros y precisos que fortalecieran los resultados de la encuesta.

C. Fichas de observación

Esta técnica permitirá interactuar de manera directa con los actores de las Rutas Agro turísticas, en la cual se registraran la información respectiva para su posterior análisis.

D. Criterio de expertos

Se utilizará el criterio de expertos para validar la propuesta ya que se sustentara por medio de sus conocimientos, investigaciones, experiencia, estudios bibliográficos.

Tabla 6.

Segmento de Interés

Persona	Información a extraer	Herramienta a aplicar
Actores de las Rutas	Nivel de participación, incidencia, administración de recursos, servicio y calidad turística de los diferentes actores involucrados	Encuesta.
Clientes	Causas por las que se visita el lugar y nivel de satisfacción.	Encuestas.
Dirección de turismo	Procesos administrativos y de gestión de las Rutas Agroturísticas Artesanales	Entrevistas
Establecimientos	Condiciones físicas, con las que cuentan.	Fichas de observación. (fotografías)

E. Validez y Confiabilidad

Para la recopilación de datos se utilizan instrumentos que reúnen ciertos requisitos para garantizar los resultados obtenidos de un determinado estudio por lo tanto las conclusiones que se puedan obtener merecen ser creíbles y de mayor confianza.

El mayor problema que se puede presentar es que la información recopilada no permita expresar los objetivos planteados en la investigación, si las herramientas de investigación no son válidos el investigador podrá encontrar una variada información pero sin ningún propósito o fin establecido.

De presentarse cualesquier situación, los instrumentos de recopilación de información tendrán relación con los objetivos planteados. Una buena

herramienta de recolección de datos debe poseer las siguientes características:

Según, Galeano, M. (2004). Diseño de proyectos en la investigación cualitativa. Medellín, Colombia: manifiesta que: La validez hace referencia al grado de coherencia lógica interna de los resultados y a la ausencia de contradicciones con resultados de otras investigaciones o estudios bien establecidos.

Según, Galeano, M. (2004). Diseño de proyectos en la investigación cualitativa. Medellín, Colombia: manifiesta que: La Confiabilidad esta entendida como el nivel de consenso entre diferentes investigadores, se logra mediante: construcción de categorías descriptivas de bajo nivel de inferencia lo más concreta y precisa posible con datos primarios en lenguaje natural.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización de esta investigación se empleará las encuestas aplicadas a los: Actores turísticos del sector público, privado, comunitarios y turistas de “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” así como también entrevistas a profesionales de los centros de información turística de los G.A.D`s Municipales de Tungurahua.

Con todos los datos recopilados se realizará el plan de acción y dinamización para cada Ruta Agroturísticas Artesanales de la provincia de Tungurahua.

4.1. Análisis de los resultados

4.1.1. Encuestas realizadas a los actores de las Rutas Agroturísticas Artesanales de la provincia de Tungurahua.

Según la muestra obtenida en el Capítulo III se realizará 102 encuestas a los actores de las Rutas, las mismas que están divididas en nueve cantones siendo en La Ruta de Ambato 14 encuestas y en las demás rutas con 11 encuestas por ruta.

**TABULACIÓN, ANÁLISIS, E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS
APLICADAS A LOS ACTORES DE LAS RUTAS AGROTURÍSTICAS Y
ARTESANALES DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.**

DATOS GENERALES

Tabla 7.

Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	20-30 años				
	31-40 años	58	56.9	56.9	60.8
	41-50 años	40	39.2	39.2	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

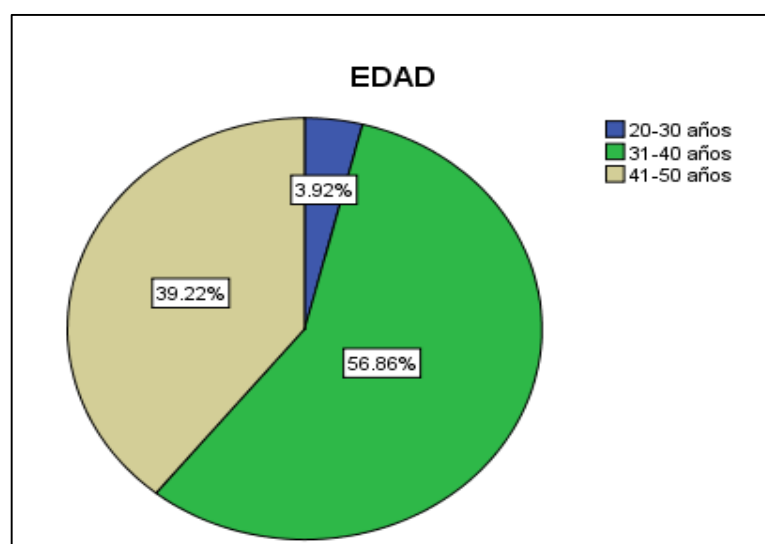


Figura 11. Edad

Según la encuesta aplicada a Los Actores de Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua la mayor parte de encuestados con un 56,86 % se encuentran en una edad de 31 a 40 años mientras que con 39,22% están entre 41 a 50 años de edad y con un 3,92% están entre 20 a 30 años de edad.

Según los datos obtenidos se establece que los actores son personas jóvenes y emprendedoras.

DATOS GENERALES

Tabla 8.

Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Masculino	60	58.8	58.8	58.8
	Femenino	42	41.2	41.2	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

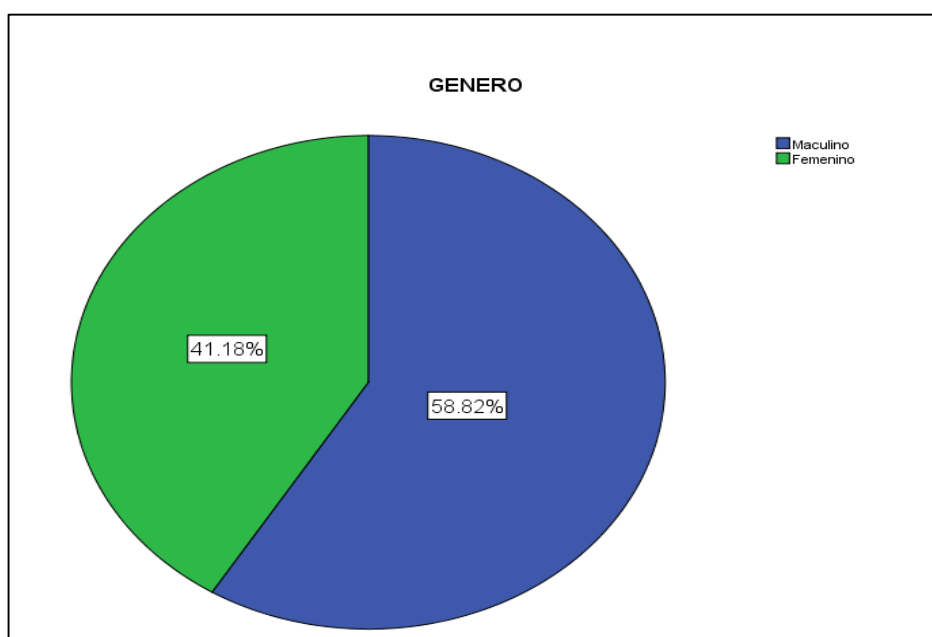


Figura 12. Género

De acuerdo a la encuesta realizada se establece que los actores de Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua son personas de género masculino en un 58,82% mientras que con un 41,18 son de género femenino.

Con los datos recopilados se puede determinar que la mayoría de actores son de género masculino los mismos que administran sus emprendimientos situadas en Las Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua.

DATOS GENERALES

Tabla 9.

Cantón

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ambato	14	13.7	13.7	13.7
Baños	11	10.8	10.8	24.5
Cevallos	11	10.8	10.8	35.3
Mocha	11	10.8	10.8	46.1
Patate	11	10.8	10.8	56.9
Pelileo	11	10.8	10.8	67.6
Quero	11	10.8	10.8	78.4
Tisaleo	11	10.8	10.8	89.2
Santiago de Pillaro	11	10.8	10.8	100.0
Total	102	100.0	100.0	

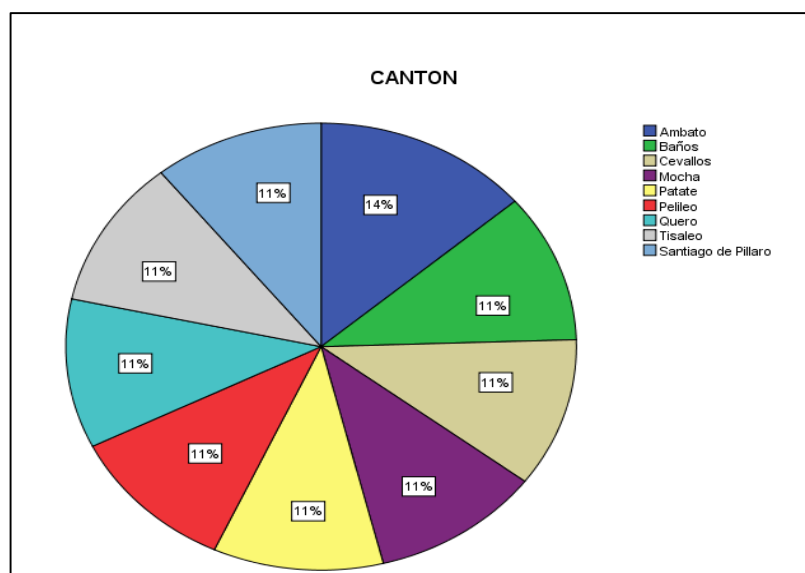


Figura 13. Cantón

Los Actores de Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua están divididos en nueve cantones y las encuestas fueron realizadas en un 14% en el Cantón Ambato mientras que en los demás cantones se realizó en un 11%.

Los datos obtenidos fueron realizados en su mayor parte en la ciudad de Ambato ya que en esta se encuentran la mayor parte de actores de Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la provincia de Tungurahua.

Pregunta 1: ¿Cree Usted, que al ser parte de las “Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua” ha mejorado su desarrollo económico de su localidad?

Tabla 10.

Desarrollo económico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	48	47.1	47.1	47.1
	NO	54	52.9	52.9	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

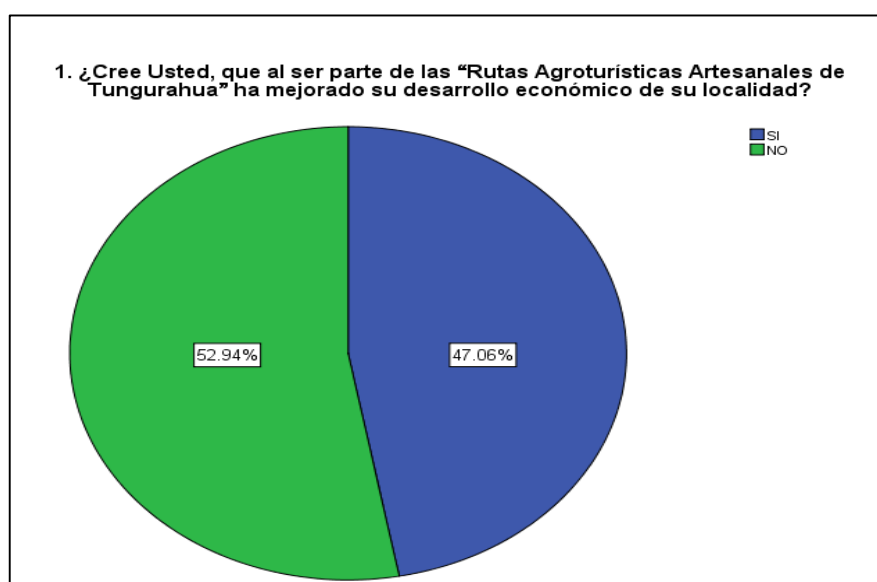


Figura 14. Desarrollo económico

Según la encuesta aplicada a los actores de las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua con respecto a la primera pregunta el 52.94% manifiesta que no ha mejorado el desarrollo económico de la localidad mientras que con el 47,06% menciona que si ha existido un desarrollo económico en su localidad.

Con los resultados obtenidos de la encuesta aplicada podemos mencionar que en su mayoría determina que no ha existido un mejoramiento en el desarrollo económico de la localidad debido a que no ha existido apoyo por parte de instituciones públicas.

Pregunta 2: ¿Usted como actor de las “Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua” ha recibido apoyo para realzar el desarrollo del turismo en su localidad de algún organismo gubernamental?

Tabla 11.

Apoyo para desarrollo turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Valido	SI	40	39.2	39.2	39.2
	NO	62	60.8	60.8	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

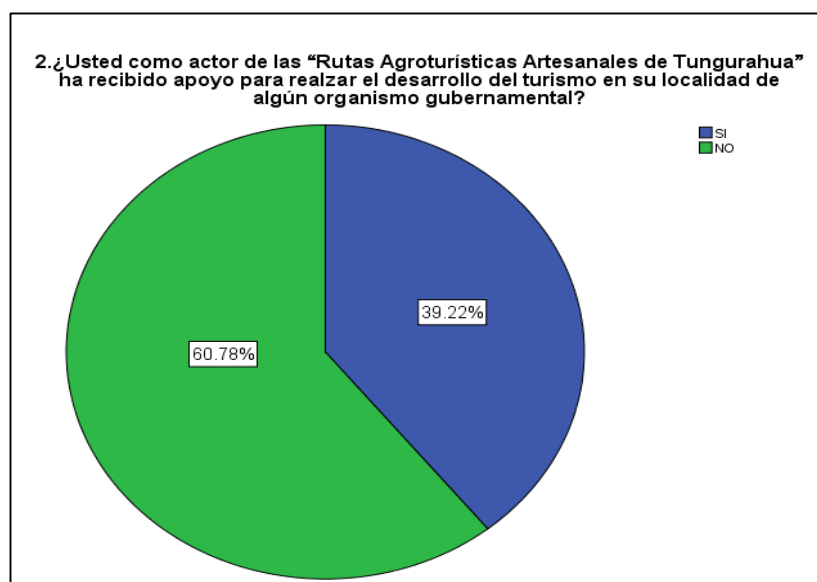


Figura 15. Apoyo para desarrollo turístico

De acuerdo a la encuesta aplicada a los Actores de Las Rutas Agroturísticas y Artesanales de La Provincia de Tungurahua en un 60,78% manifiestan que no ha existido apoyo por organismos gubernamentales mientras que en un 39,22% exhiben que si ha existido apoyo por organismos gubernamentales.

Según los datos recopilados se puede establecer que en su mayoría mencionan que no ha existido ayuda por organismos gubernamentales debido a que los emprendimientos están localizados en diferentes cantones por lo cual no pueden asistir a recibir capacitaciones.

Pregunta 3: Indique el tipo de institución en donde recibió capacitaciones

Tabla 12.

Capacitaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
RESPUESTA NEGATIVA	62	60.8	60.8	60.8
H.G.P.T	18	17.6	17.6	78.4
MIN. TURISMO	9	8.8	8.8	87.3
G.A.D. MUNICIPALES DE TUNGURAHUA	13	12.7	12.7	100.0
Total	102	100.0	100.0	

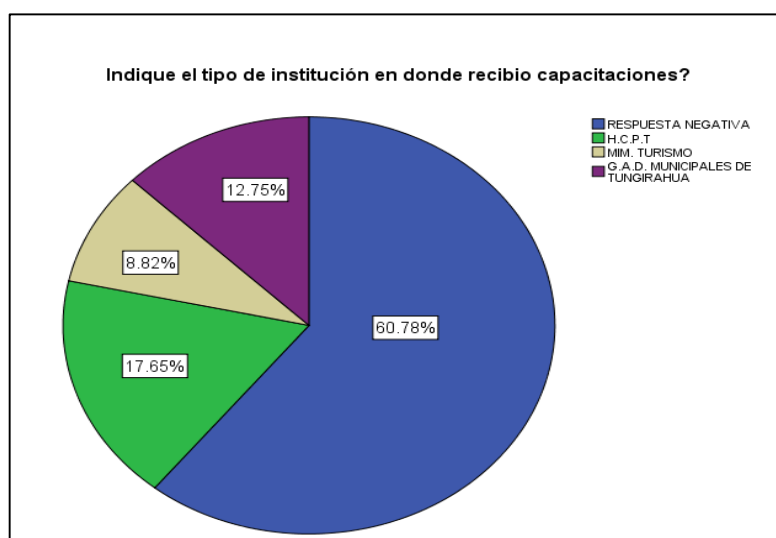


Figura 16. Capacitaciones

Según los encuestados que respondieron positivamente a la pregunta que si han recibido apoyo de algún tipo de organismo gubernamental el 17,65% manifiesta al H. Gobierno Provincial de Tungurahua, mientras que con el 8,82% mencionan a los G.A.D's Municipales, además con el 12,75% indican al Ministerio de Turismo.

Con los datos obtenidos se puede analizar que pocos actores fueron capacitados u obtuvieron algún tipo de apoyo por organismos

gubernamentales ya que sus emprendimientos son públicos y están administrados por los G.A.D's Municipales.

Opción: Instituciones Públicas: Actividad / Capacitación

Tabla 13.

Instituciones Públicas: Actividad / Capacitación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
RESPUESTA NEGATIVA	62	60.8	60.8	60.8
ATENCIÓN AL CLIENTE	14	13.7	13.7	74.5
GASTRONOMÍA	11	10.8	10.8	85.3
NORMATIVAS TURÍSTICAS	7	6.9	6.9	92.2
ASISTENCIA TÉCNICA	8	7.8	7.8	100.0
Total	102	100.0	100.0	

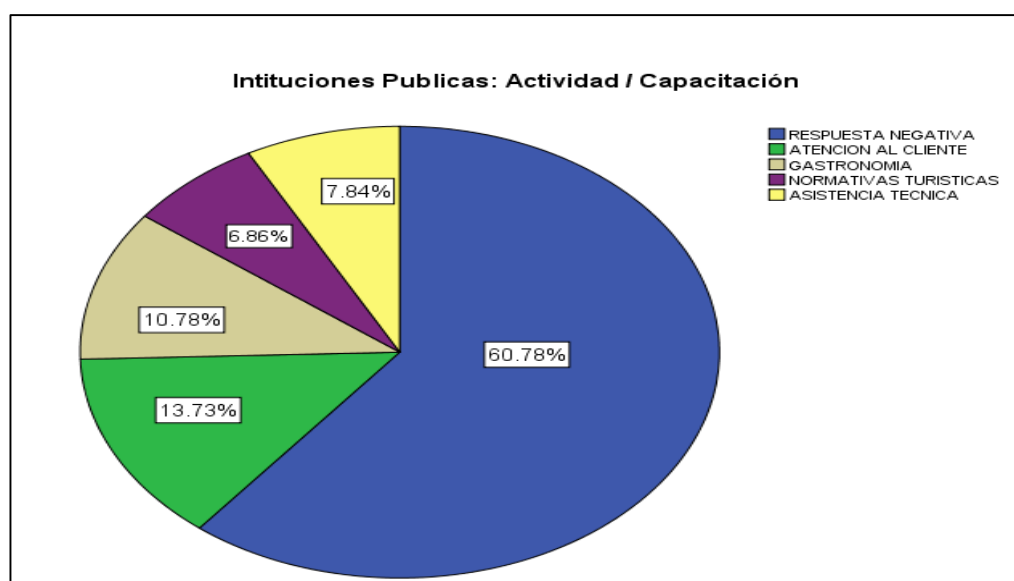


Figura 17. Instituciones

De acuerdo a la opción de haber recibido apoyo de organismos gubernamentales los encuestados manifiestan que recibieron capacitaciones de: Atención al Cliente en 13,73%, Gastronomía en un 10,78%, Normativas Turísticas en un 6,86% y Asistencia Técnica en un 7,84%.

Se puede interpretar que el apoyo obtenido de los organismos gubernamentales fueron capacitaciones las mismas que son temas enfocadas a sus emprendimientos.

Pregunta 3: Señale el tipo de capacitación primordial que le gustaría recibir

Tabla 14.

Capacitación primordial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MARKETING	37	36.3	36.3	36.3
ADMINISTRACIÓN DE MICRO EMPRESAS	36	35.3	35.3	71.6
Valido CONTABILIDAD Y TRIBUTACIÓN	17	16.7	16.7	88.2
ATENCIÓN AL CLIENTE	12	11.8	11.8	100.0
Total	102	100.0	100.0	

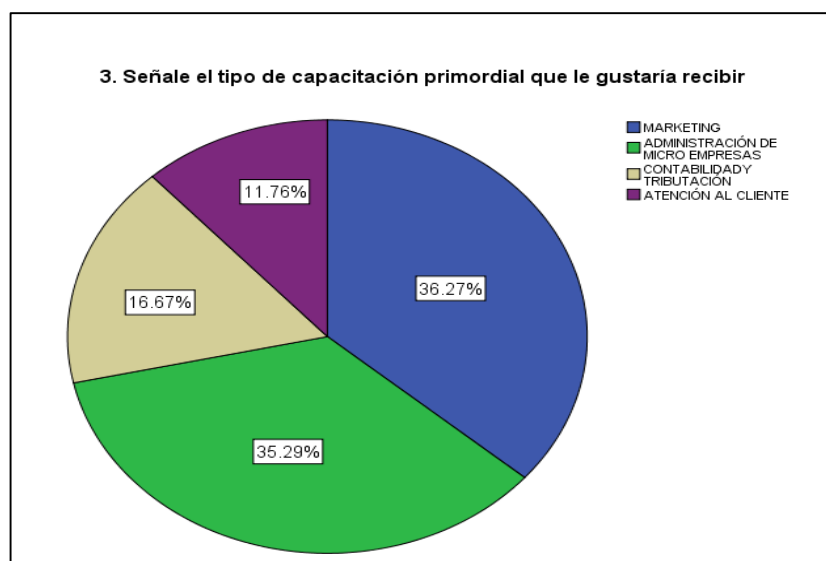


Figura 18. Capacitación primordial

De acuerdo a la encuesta realizada a los actores de Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua con respecto al tipo de capacitación primordial que desearía recibir mencionan el de: Marketing 36,27%, Administración de micro empresas el 35,29%, Contabilidad y tributación el 16,67% y Atención al Cliente el 11,76%

Se puede interpretar que en su mayoría de encuestados es primordial recibir una capacitación de Marketing ya que esto les permitirá promocionar sus productos o emprendimientos.

Pregunta 4: ¿Le gustaría a usted que se difundan sus emprendimientos por algún medio de publicidad?

Tabla 15.

Difusión de los emprendimientos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	77	75.5	75.5	75.5
	NO	25	24.5	24.5	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

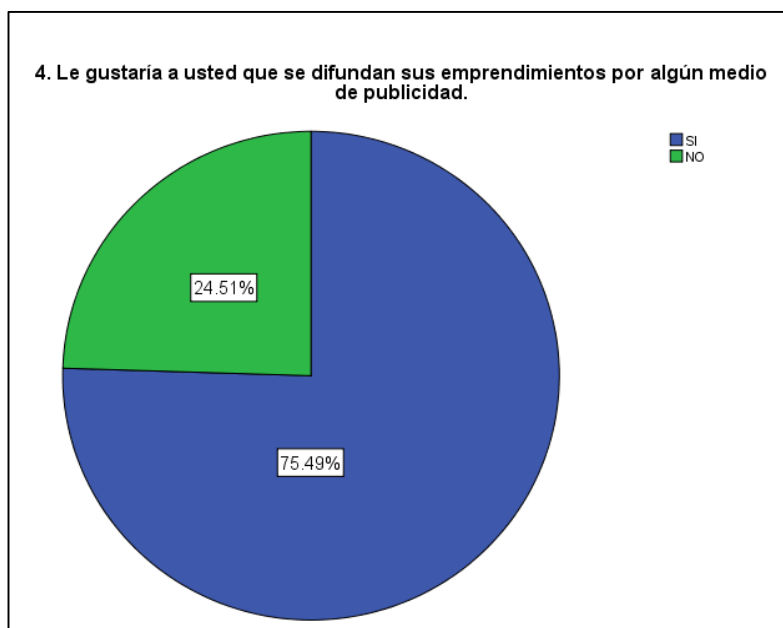


Figura 19. Difusión de los emprendimientos

Según la encuesta realizada a los Actores de Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua con respecto a difundir sus emprendimientos por algún medio de publicidad el 75,49% manifiesta que si desearían su difusión mientras que el 24,51% menciona que no necesitan que de difundan los emprendimientos por medios de publicidad.

En su mayoría de encuestados menciona que si es necesario se difundan sus emprendimientos por algún medio de publicidad para que sus atractivos, artesanías, emprendimientos sean conocidos por los turistas nacionales y extranjeros.

Opción: Si su respuesta es positiva, marque con una X las siguientes opciones por las que le gustaría publicidad:

Tabla 16.

Opciones de publicidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Respuesta negativa	25	24.5	24.5	24.5
Medios publicitarios tradicionales:	36	35.3	35.3	59.8
Medios publicitarios alternativos	41	40.2	40.2	100.0
Total	102	100.0	100.0	

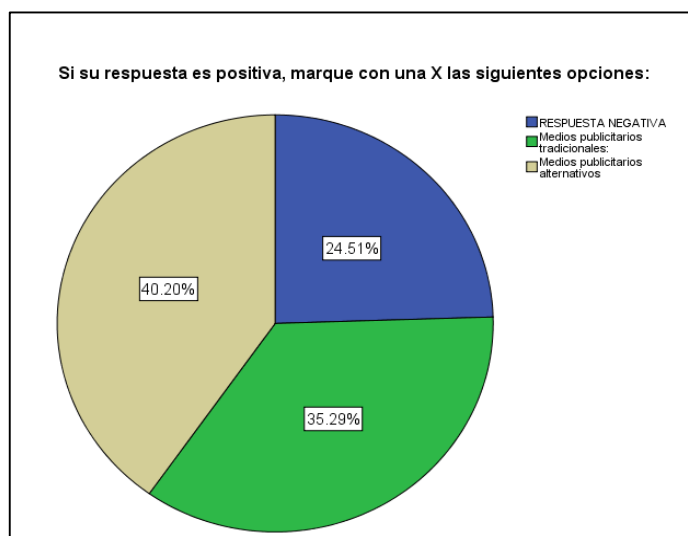


Figura 20. Opciones de publicidad

De acuerdo a la opción de: si es necesario se difundan sus emprendimientos por algún medio de publicidad el 40.20% manifiesta que se difundan por medios tradicionales como: Televisión, radio, Internet y prensa escrita mientras que en un 35,29% mencionan que se puede difundir sus emprendimientos por medios publicitarios alternativos como: Ferias, eventos, anuncios impresos, letreros, carteles y afiches.

Con los datos obtenidos se puede interpretar que los emprendimientos, artículos, artesanías, sitios turísticos necesitan de publicidad para mejorar el aspecto del sitio turístico así como también mantener una información adecuada para los visitantes.

Pregunta 5: Según su criterio, los emprendimientos en cada una de las “Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua” en que segmento de los turistas tienen mayor aceptación.

Tabla 17.

Aceptación de turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	NACIONALES	88	86.3	86.3	86.3
	EXTRANJEROS	14	13.7	13.7	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

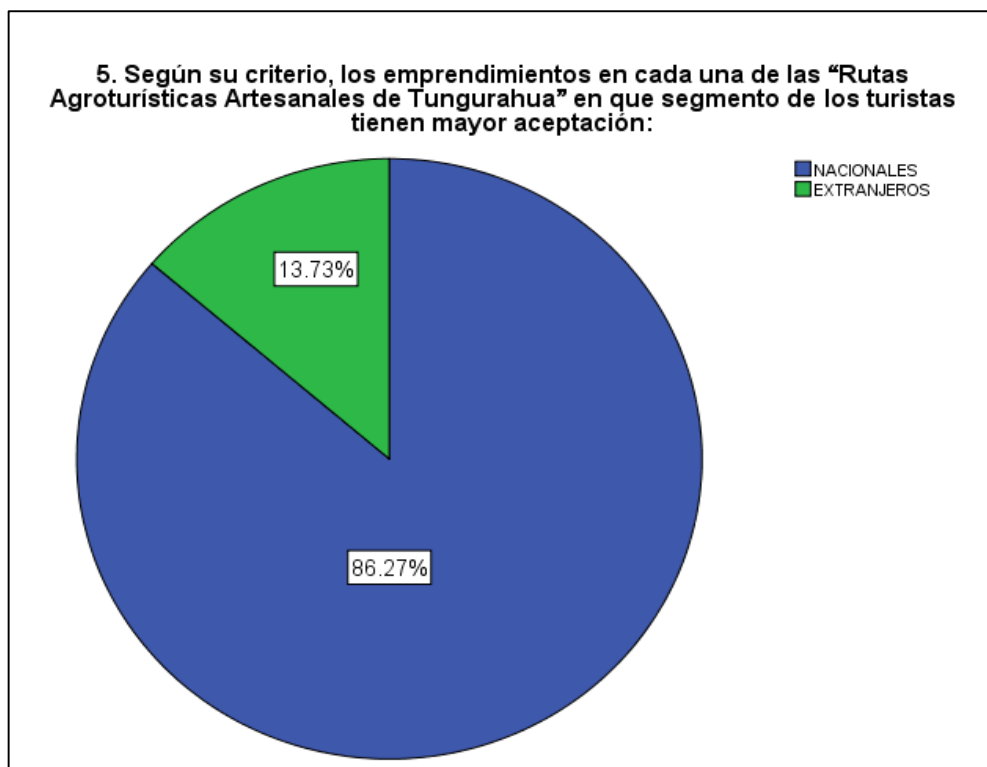


Figura 21. Aceptación de turistas

Conforme a la encuesta realizada a los Actores de Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua en lo referente a; en que segmento de los turistas tiene mayor aceptación los emprendimientos: En turistas nacionales el 86,27% mientras que en turistas extranjeros el 13.73%.

Con los datos obtenidos se puede establecer que los emprendimientos tienen mayor aceptación por los turistas nacionales ya que estos están frecuentemente en contacto o cerca de cada Actor.

Pregunta 6: ¿Usted cree que es necesario crear un distintivo para identificarse con las “Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua”?

Tabla 18. Distintivo para identificación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	SI	91	89.2	89.2	89.2
	NO	11	10.8	10.8	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

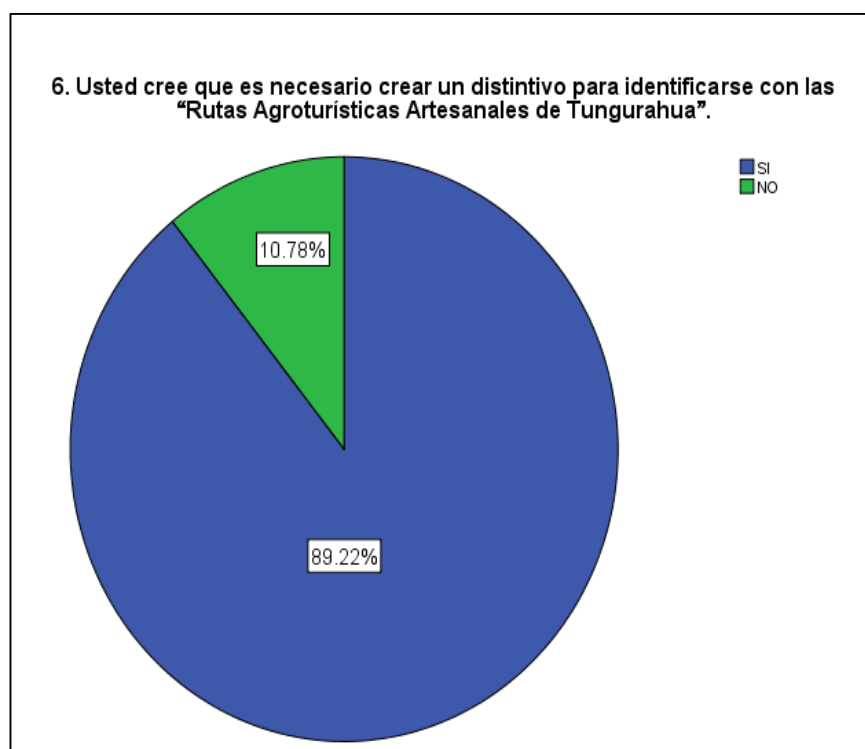


Figura 22. Distintivo para identificación

De acuerdo a la encuesta realizada a los Actores de Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua en referente a si es necesario crear un distintivo para cada ruta: el 89,22% menciona que se debe poseer un distintivo mientras que un 10,78% manifiesta que no es necesario un distintivo.

Con los datos obtenidos se puede analizar que si es necesario crear un distintivo para cada Ruta Agroturísticas Artesanal ya sea este un símbolo, eslogan o frases que identifiquen a cada ruta.

Pregunta 7: ¿Cuál cree que es el principal obstáculo para el desarrollo turístico?

Tabla 19.

Obstáculo para el desarrollo turístico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	FALTA DE INVERSIÓN	42	41.2	41.2
	FALTA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	29	28.4	69.6
Valido	DEFICIENTE GESTIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS	31	30.4	100.0
	Total	102	100.0	100.0

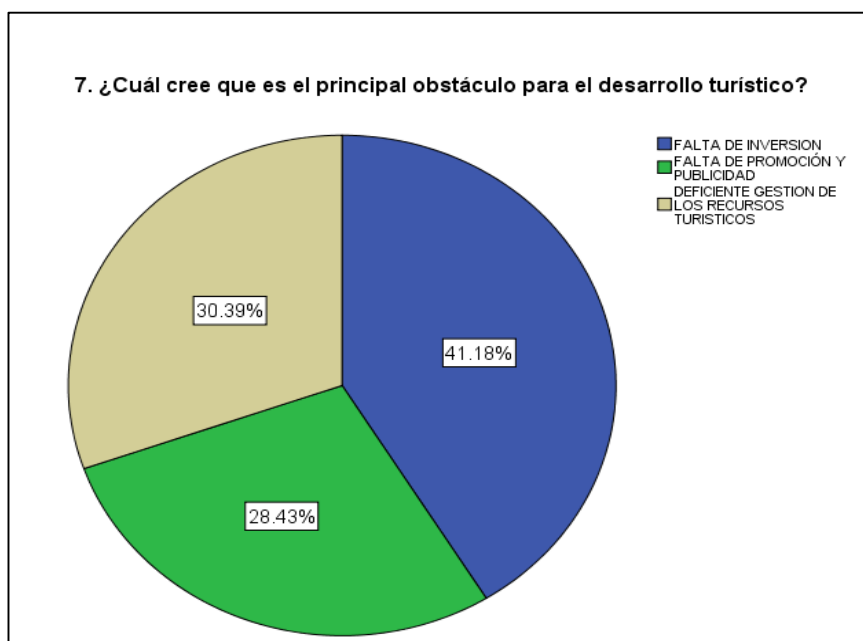


Figura 23. Obstáculo para el desarrollo turístico

En lo referente a la encuesta realizada a los actores de las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua en mención a la pregunta de cuál es el principal obstáculo para el desarrollo turístico el: 41,18% menciona que es la falta de inversión, mientras que el 30,39% es la deficiente gestión de los recursos turísticos y en un 28,43% falta de promoción y publicidad.

Con los datos obtenidos se puede analizar que las rutas Agroturísticas y Artesanales tienen 3 obstáculos principales para desarrollar sus emprendimientos como son la falta de inversión, gestión de recursos turísticos y escasez de promoción y publicidad.

4.1.2. Encuestas realizadas a los turistas de las Rutas Agroturísticas Artesanales de la provincia de Tungurahua.

La muestra para los turistas es de 185 encuestas ya que la población es de 9.384 personas tomando en cuenta que la intención de la investigación para estos actores fue del 50%

Según, Ochoa, C. (2015) Muestreo por Conveniencia consiste en seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible. Es decir, los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico.

**TABULACIÓN, ANÁLISIS, E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS
APLICADAS A LOS TURISTAS DE LAS RUTAS AGROTURÍSTICAS
ARTESANALES DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.**

DATOS GENERALES

Tabla 20.

Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	20-30 años	62	33.5	33.5	33.5
	31-40 años	87	47.0	47.0	80.5
	41-50 años	36	19.5	19.5	100.0
	Total	185	100.0	100.0	

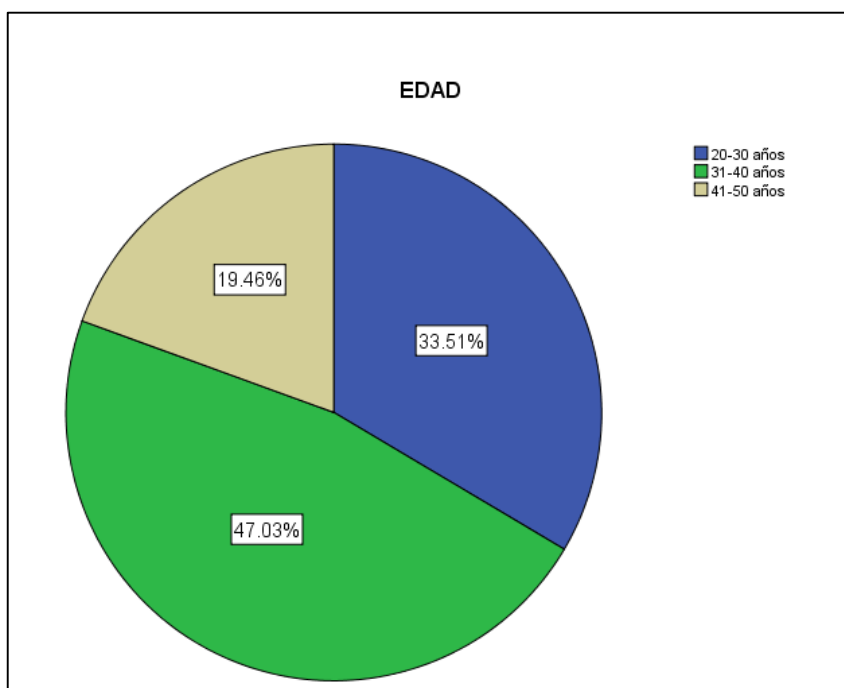


Figura 24. Edad

Según los datos, la edad de los turistas encuestados en las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua se establece de: 31 a 40 años en un 47,06%, entre 20 – 30 años son el 33,51%, mientras que entre 41 a 50 años es el 19,46%.

Con los datos adquiridos se establece que la mayor parte de turistas son personas adultas económicamente activos.

DATOS GENERALES

Tabla 21.

Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Valido	Masculino	108	58.4	58.4	58.4
	Femenino	77	41.6	41.6	100.0
	Total	185	100.0	100.0	

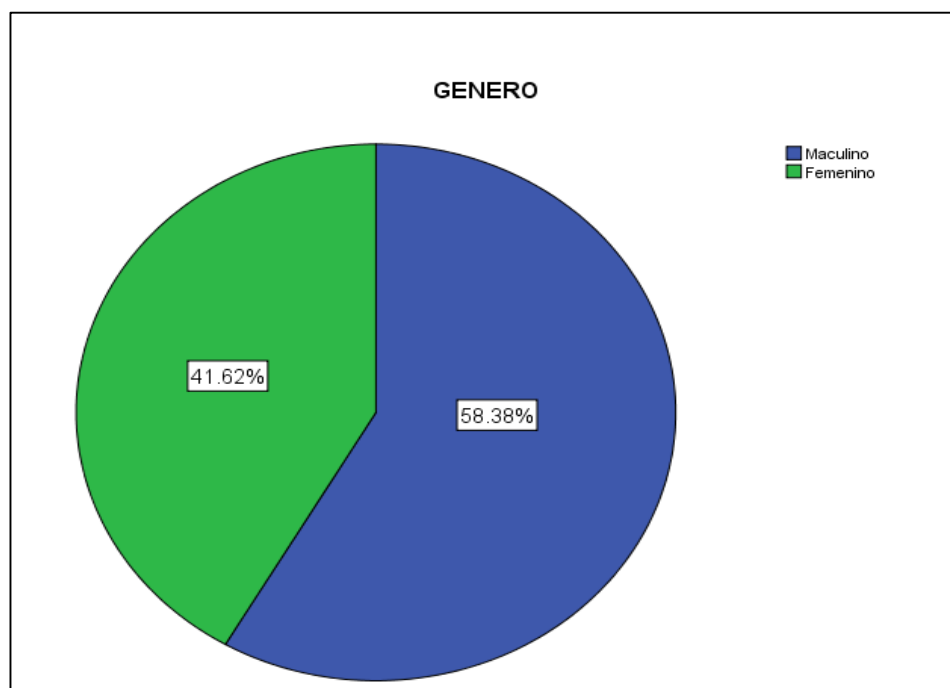


Figura 25. Género

De acuerdo a la encuesta realizada a los turistas encuestados en las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua se establece que en un 58,38% son de género masculino mientras que el 41,62% son de género femenino.

Con los datos recopilados se puede establecer que la mayor parte de encuestados seleccionados son de género masculino por ser cabeza de familia

DATOS GENERALES

Tabla 22.

Cantones de la Provincia de Tungurahua

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Ambato	21	11.4	11.4
	Baños	21	11.4	22.7
	Cevallos	21	11.4	34.1
	Mocha	21	11.4	45.4
	Patate	21	11.4	56.8
	Pelileo	20	10.8	10.8

Quero	20	10.8	10.8	78.4
Tisaleo	20	10.8	10.8	89.2
Santiago de Pillaro	20	10.8	10.8	100.0
Total	185	100.0	100.0	

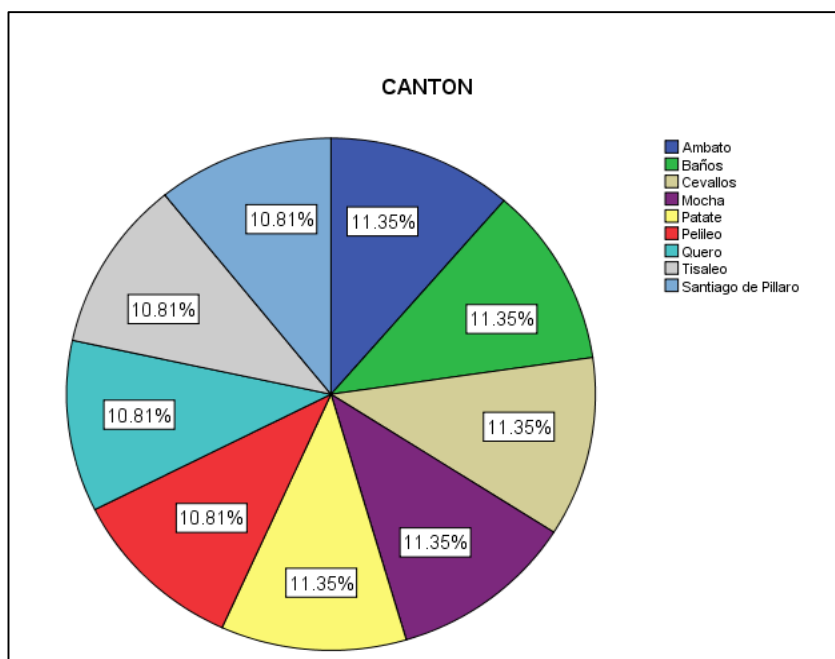


Figura 26. Cantones de la provincia de Tungurahua

La encuesta aplicada a los turistas de las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua están segmentadas en 9 cantones, por lo cual a los cantones: Ambato, Baños, Cevallos, Mocha, Patate en un 11,35% de encuestados respectivamente mientras que a los cantones: Pelileo, Quero, Tisaleo y Pillaro le corresponde 10,81% de encuestados.

Se puede establecer que la muestra de 185 encuestas fue dividida para los nueve cantones de la provincia de Tungurahua.

Pregunta 1: De qué forma conoció la existencia de las “Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua”

Tabla 23.

Como conoció las rutas

Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
------------	------------	-------------------	----------------------

	Prensa, radio, internet	61	33.0	33.0	33.0
	Oficinas de turismo	16	8.6	8.6	41.6
Valido	Familia/amigos	73	39.5	39.5	81.1
	Folletos, publicidad	28	15.1	15.1	96.2
	Agencia de viajes	7	3.8	3.8	100.0
	Total	185	100.0	100.0	

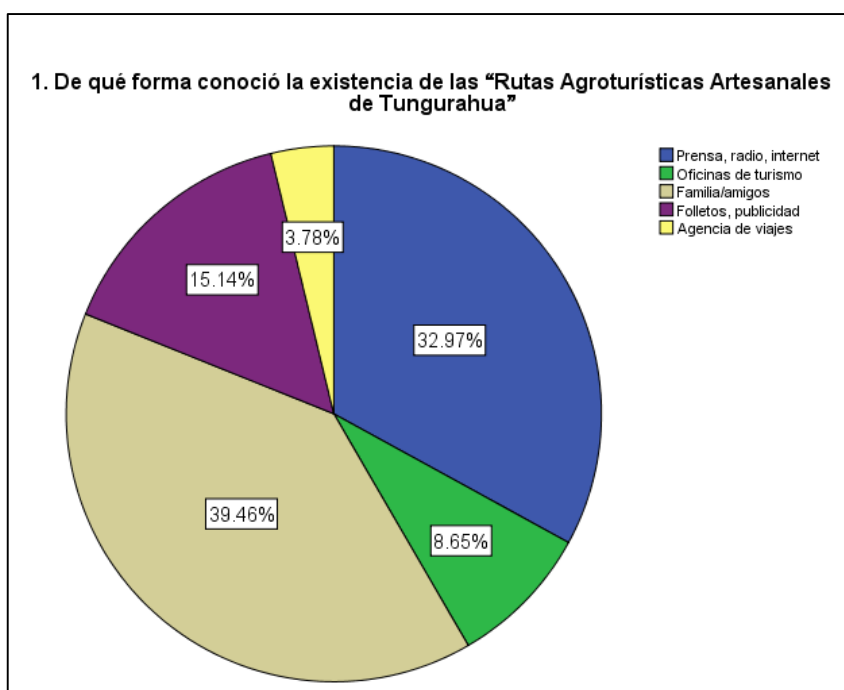


Figura 27. Como conoció las rutas

De acuerdo a la encuesta realizada a los turistas de las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua en lo referente a como conoció la existencia de las rutas en un 39,46% manifestaron que mediante familiares y amigos, el 32,97 a través de la prensa, radio e internet, el 15,14% mediante folletos y publicidad, con 8,65% por medio de oficinas de turismo y por medio de agencia de viajes en un 3,78%.

La mayoría de encuestados manifiestan que conocieron de la existencia de las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua por medio de familiares y amigos debido a que son turistas nacionales o de procedencia interna de la Provincia de Tungurahua.

Pregunta 2: Por cuantas ocasiones ha visitado las “Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua”

Tabla 24.

Número de visitas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	1ª vez	36	19.5	19.5	19.5
	2ª vez	63	34.1	34.1	53.5
	Más de 3 veces	86	46.5	46.5	100.0
	Total	185	100.0	100.0	

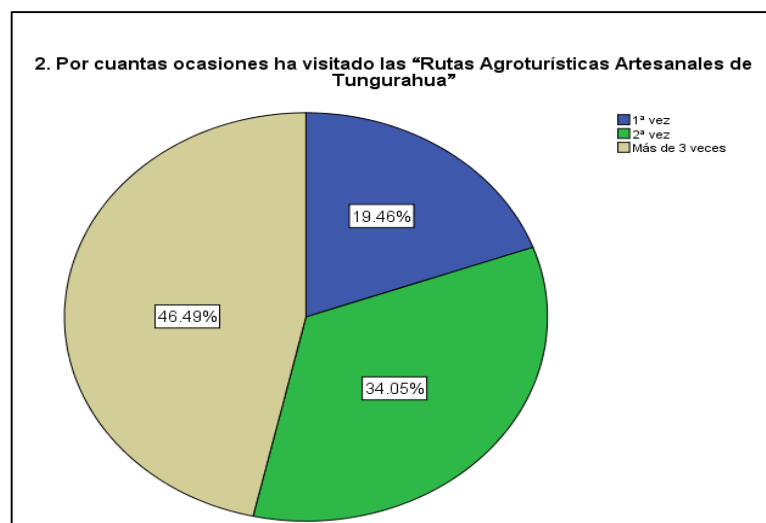


Figura 28. Número de visitas

Según la encuesta aplicada los turistas en lo concerniente a cuantas veces ha visitado las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua en un 46,49% mencionan que más de tres veces, mientras que el 34,05% dos veces y en un 19,46% una vez.

De los datos recopilados se puede determinar que la mayor parte de turistas han visitado más de tres veces las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua ya que ofrece múltiples actores con actividades diferentes como:

Artesanías, guanzas comunitarias, gastronómicas, hoteleras, de comercio y turismo de aventura.

Pregunta: ¿Por qué ha elegido las “Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua” como destino?

Tabla 25.

Destino

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Compras/ ferias populares	62	33.5	33.5	33.5
Patrimonio histórico	20	10.8	10.8	44.3
Conocer la gastronomía	18	9.7	9.7	54.1
Valido Contacto con la naturaleza/deportes	38	20.5	20.5	74.6
Museos	36	19.5	19.5	94.1
Centros de interpretación	11	5.9	5.9	100.0
Total	185	100.0	100.0	

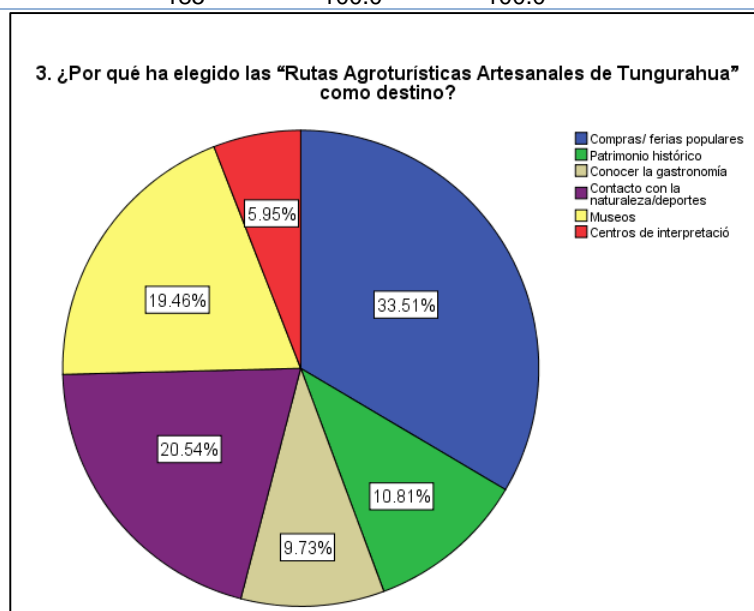


Figura 29. Destino

De acuerdo a la pregunta de porque ha elegido las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua como destino, los turistas manifiestan en un 33,51% por sus compras y ferias populares, con 20,54% por su contacto con la naturaleza, deportes, en 19,46% por los museos, con 10,81% por su patrimonio histórico, en 9,73% conocer su gastronomía y en un 5,95% por sus centros de interpretación.

La mayor parte de encuestados manifiestan que las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua son conocidas por sus actividades

de comercio en ferias populares ya que los actores manufacturan un sin número objetos y productos que luego son ofrecidos a la venta para los visitantes.

Pregunta 4: ¿Cuál fue su principal dificultad para visitar las “Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua”?

Tabla 26.

Dificultad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Escasa información	95	51.4	51.4	51.4
	Falta de transporte público	44	23.8	23.8	75.1
	Carencia de servicios básicos	19	10.3	10.3	85.4
	Deficiente atención al turista	13	7.0	7.0	92.4
	Encontrar información en su idioma	5	2.7	2.7	95.1
	No he tenido dificultades	9	4.9	4.9	100.0
	Total	185	100.0	100.0	

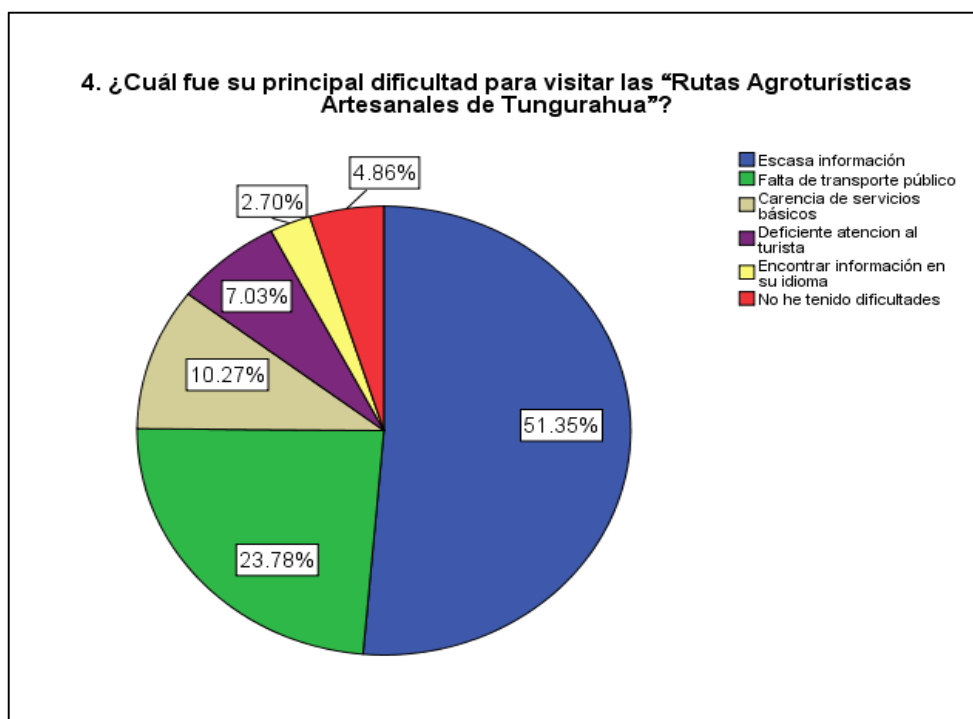


Figura 30. Dificultad

De acuerdo a la encuesta aplicada en lo referente a cuál fue la principal dificultad para visitar las Rutas Agroturísticas y Artesanales de la Provincia de Tungurahua, los turistas manifiestan que: con 51,35% por falta de información, con 23,78% por falta de transporte público, con 10,27% por carencia de servicio básicos, con 7,03% deficiente atención turística, en 2,70% por que no ha encontrado información en su idioma y en un 4,86% no han tenido inconvenientes para visitar las rutas ya descritas.

La mayoría de encuestados manifiestan que su principal dificultad para visitar las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua es por falta de información ya sea por falta de señalización o ubicación exacta de cada actor turístico, las mismas deberían estar presentadas en vallas publicitarias en los accesos viales hacia cada emprendimiento.

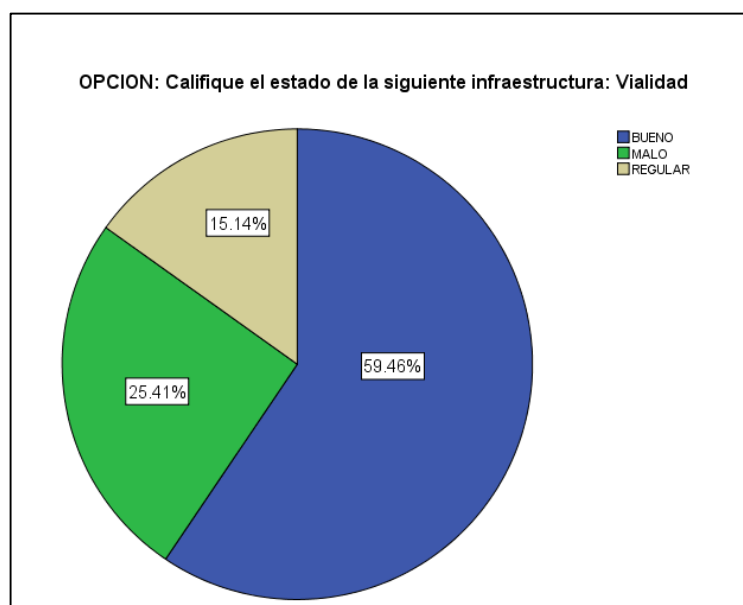
Pregunta 5: Califique el estado de las siguientes infraestructuras:

Opción: Vialidad

Tabla 27.

Califique la vialidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Valido	BUENO	110	59.5	59.5	59.5
	MALO	47	25.4	25.4	84.9
	REGULAR	28	15.1	15.1	100.0
	Total	185	100.0	100.0	

**Figura 31. Califique la vialidad**

Según los turistas que visitan las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua en lo referente a la vialidad los encuestados manifiestan que dicha infraestructura esta buena en un 59,46%, esta mala en un 25,41% y en un 15, 14% esta regular.

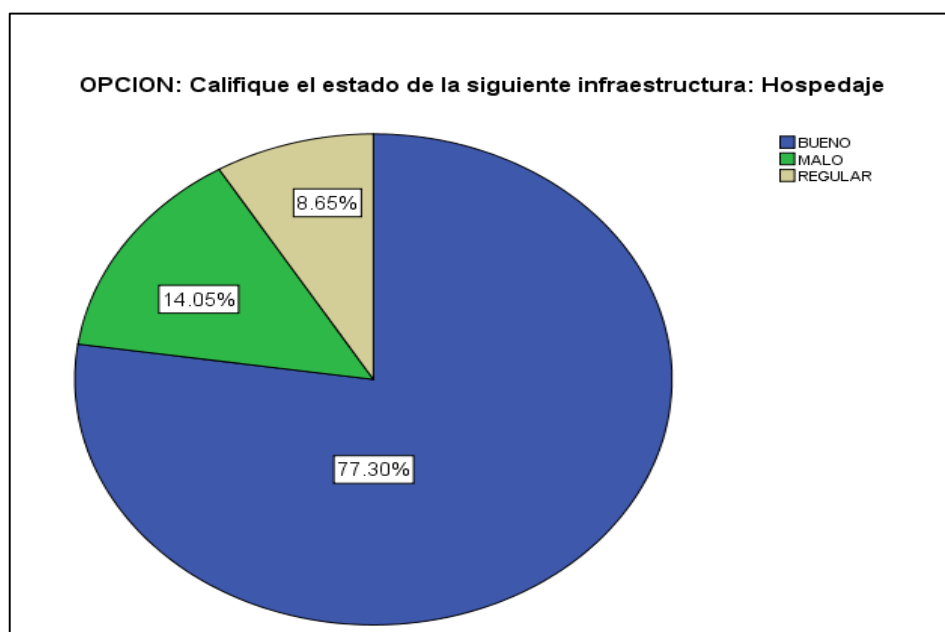
De los datos recibidos se puede mencionar que la mayor parte de encuestados mencionan que las vías hacia los emprendimientos u actores de las rutas se encuentran en buen estado ya que el H.G.P.T y los G.A.D's Municipales si han invertido en mejoramiento de todas de los accesos viales al sector urbano y rural en cada cantón de la provincia de Tungurahua.

OPCIÓN: Hospedaje

Tabla 28.

Califique el hospedaje

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	BUENO	143	77.3	77.3	77.3
	MALO	26	14.1	14.1	91.4
	REGULAR	16	8.6	8.6	100.0
	Total	185	100.0	100.0	

**Figura 32. Califique el hospedaje**

De acuerdo a la calificación del hospedaje en las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua los encuestados manifiestan en un 77,30% que es bueno, 14,05% malo y en un 8,65% regular.

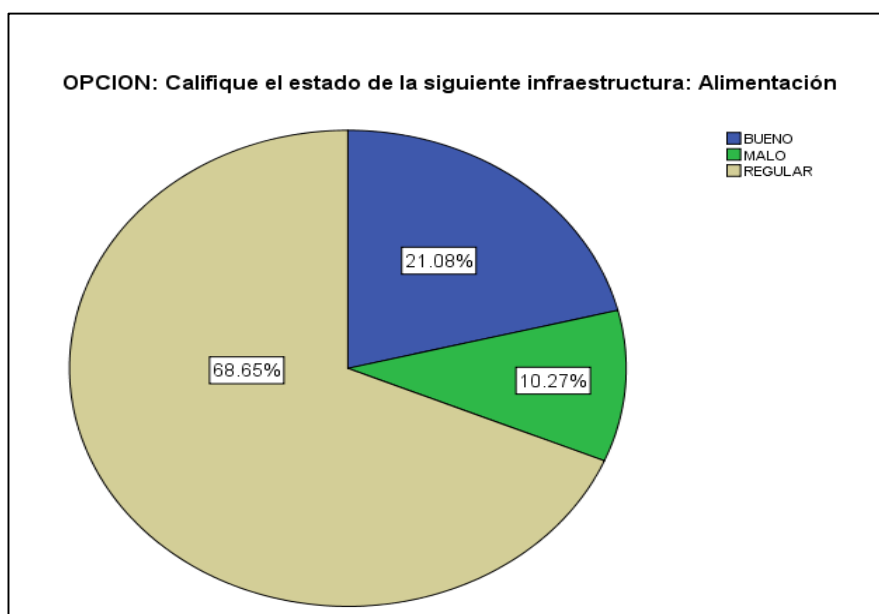
De los datos obtenidos se puede establecer que la mayoría de encuestados mencionan a la infraestructura del hospedaje como buena debido a que los actores inmiscuidos en esta actividad si han realizado excelentes inversiones para mejorar estos servicios para el visitante.

Opción: Alimentación

Tabla 29.

Califique la alimentación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	BUENO	39	21.1	21.1	21.1
	MALO	19	10.3	10.3	31.4
	REGULAR	127	68.6	68.6	100.0
	Total	185	100.0	100.0	

**Figura 33. Califique la alimentación**

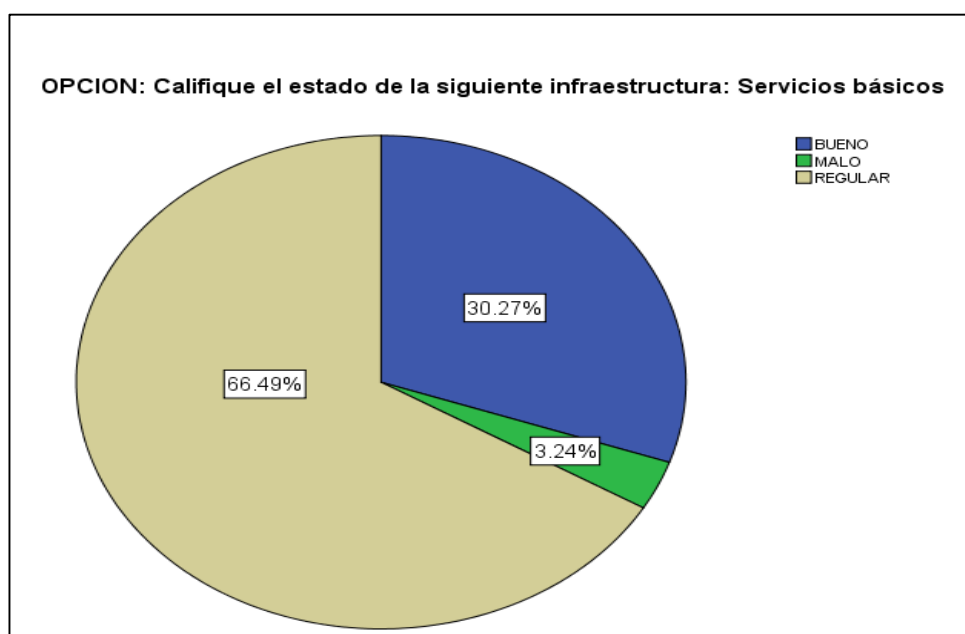
De acuerdo a la encuesta conforme a calificar la alimentación en las Rutas Agroturísticas y Artesanales de la Provincia de Tungurahua, el turista manifiesta que es regular en un 68,65%, en un 21,08% que es buena y en 10,27% que la alimentación es mala.

Con los datos recopilados se determina que la mayoría de encuestados manifiestan que la infraestructura, el servicio, la atención en lo referente a alimentación es regular por lo cual se deberá implementar capacitaciones de atención al cliente a los individuos que tienen relación con los actores turísticos para dar una buena presencia y armonía al emprendimiento gastronómico.

Opción: Servicios básicos

Tabla 30.**Califique los Servicios básicos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	BUENO	56	30.3	30.3	30.3
	MALO	6	3.2	3.2	33.5
	REGULAR	123	66.5	66.5	100.0
	Total	185	100.0	100.0	

**Figura 34. Califique los Servicios básicos**

Según la encuesta aplicada al turista en relación a la infraestructura relacionada con servicio básicos ellos manifiestan en un 66,49% es regular, en un 30,27% bueno y en un 3,24% es malo.

De los datos obtenidos se puede determinar que la mayoría de encuestados consideran que los servicios básicos que se ofrecen en cada emprendimiento o actor turístico es regular debido a que no existe buen almacenamiento de desechos (basura según tipo), no tienen iluminación adecuada para viajar en la noche, carecen de sitios de descanso público (estacionamientos).

4.1.3. Entrevista

Mediante la aplicación de las entrevistas a cada uno de los G.A.D's Municipales y Oficinas de Turismo se concluye que las "Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua" se manejan a través del H. Gobierno Provincial de Tungurahua mediante el Comité de Turismo Provincial ha permitido mantener una estrecha relación con todos los actores turísticos que tienen administración pública pero por otra parte teniendo la dificultad de conservar un lazo frecuente con los actores turísticos privados ya sean estos artesanos, asociaciones, lugares hospedaje, restaurantes o comunidades encaminadas a ofrecer actividades de turismo. Mediante la creación de las Estrategias de Turismo creadas se mantienen en contacto por medio del Comité de Turismo Provincial la misma que organiza a nivel provincial a todos los cantones para poner en marcha los programas establecidos de cada línea estratégica.

Con la entrevista realizada a los organismos del sector turístico estratégico de Tungurahua se determina que están orientadas a fomentar las políticas prioritarias que están encaminadas al desarrollo económico con todos los actores públicos y privados de los nueve cantones de Tungurahua con la finalidad de trabajar con objetivos y líneas estratégicas comunes, uniendo esfuerzos y recursos para convertir en una potencia turística del Ecuador.

En la actualidad se pudo constatar que el organismo realizara capacitaciones tomando en cuenta la Línea Estratégica de Formación y Capacitación Turística con el Programa de especialización turística el que contendrá temas relacionados con: buenas prácticas en turismo, inglés para el turismo, cultura del detalle, comercialización y ventas, diseño de espacios turísticos. Capacitaciones que ayudaran a los actores turísticos a mejoren sus habilidades fomentando un ambiente de competitividad y buen servicio en cada una de las rutas.

4.2. Discusión de los resultados

Mediante los métodos de investigación aplicados encuestas entrevistas y fichas de campo se puede concluir que a los actores turísticos públicos de las “Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua” están organizados de mejor manera ya que están administrados por instituciones públicas que tienen un presupuesto gubernamental para mantener un nivel de aceptación dentro del mercado turístico.

Por otra parte los actores turísticos en el sector privado poseen muchas necesidades ya que no tienen un presupuesto propio para sobresalir con sus emprendimientos y de esta manera promocionarse a nivel turístico.

Cabe recalcar que las capacitaciones brindadas han sido de vital ayuda para mejorar sus emprendimientos y para sobresalir necesitan de la difusión por los organismos gubernamentales encargados de promocionar el turismo en la provincia así como también mejorar los servicios básicos para poder brindar un servicio que satisfaga las expectativas de los turistas.

Por otra parte los turistas encuestados supieron manifestar que se necesita implementar centros de información, señalética adecuada, transporte, y una mejora de los servicios básicos como: recolección de basura, iluminación pública nocturna, vigilancia, y que se incremente la seguridad para el turista.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA DEL PLAN DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA

5.1. Introducción

El programa de Dinamización Turística está estructurado con las líneas estratégicas del modelo de Gestión de Tungurahua las mismas que están representado por el Comité Provincial de Turismo quienes las integran son:

Según H. Gobierno Provincial de Tungurahua”, (2016). Las instituciones que están implicadas a fomentar la actividad turística son: los nueve GAD's Municipales, la Cámara de Turismo, la Coordinación Zonal 3 del Ministerio de Turismo; las Universidades: Uniandes, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, Tecnológica Indoamérica, Técnica de Ambato, el Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales de Tungurahua (CONAGOPARE- T) y la Unión de Movimientos Indígenas y Campesinos de Tungurahua (UMICT). Recuperado de: <http://www.tungurahua.gob.ec/92/bb57>

Los miembros del Comité Provincial de Turismo de Tungurahua buscan a través de las estrategias planteadas en el periodo 2014 – 2019, ejecutar nuevas actividades y promover alternativas que complementen el desarrollo turístico de las rutas de la provincia. El objetivo primordial de las estrategias es fortalecer la actividad turística en base a tres segmentos dirigidos al turismo que son: fuente de turismo emisor, marcarse como destino principal y por ultimo ser un eje de circuitos y rutas turísticas a nivel nacional.

Razón por la cual apoyándonos en las estrategias implantadas para mejorar la actividad turística de la provincia de Tungurahua se diseñó un Plan de Dinamización Turístico para la participación conjunta de todos los miembros del Comité Turístico Provincial. El cual mediante el Plan de Dinamización Turística a través de las actividades planteadas ayudarán a

dinamizar la economía por medio de la mejora en los productos y servicios turísticos.

5.2. Antecedentes

Los actores de las Rutas Agroturísticas Artesanales están conformadas por 280 actores turísticos quienes son la oferta de los nueve cantones de la provincia los cuales incluyen a los artesanos, agricultores, gastronomía, recursos naturales y su patrimonio cultural.

El propósito de la investigación se basó en el análisis de la dinámica para conocer su incidencia del turismo local que se realiza en las rutas. Para lo cual se recolectó información y se realizó una investigación de campo llegando a concluir que por medio de un Plan de Dinamización Turística se puede dinamizar los productos y servicios turísticos para activar la economía potenciar los destinos turísticos con sostenibilidad.

El diseño del Plan de Dinamización Turística está dirigido a las nueve “Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” para activar y revitalizar el turismo y su economía, visualizando el aprovechamiento adecuado entre los: actores turísticos (públicos, privados y comunitarios), turistas (locales, nacionales y extranjeros), instituciones (Públicas: Ministerio de Turismo, Municipalidades, Consejos Provinciales, Juntas Parroquiales y privadas: ONGs), con los recursos naturales, históricos, culturales, gastronómico, religiosos, granjas, quintas, haciendas, asociaciones, hotelería, transporte, etc., con la finalidad de trabajar mancomunadamente para obtener con objetivos y líneas estratégicas comunes, unificando esfuerzos y recursos para convertir a Tungurahua en una potencia Turística del Ecuador.

Para el desarrollo de la propuesta se tomó en cuenta las siguientes estrategias:

- Desarrollo de productos turísticos
- Marketing y promoción turística
- Formación y capacitación turística

5.3. Objetivo General

Diseñar un Plan de Dinamización Turística orientado a las necesidades de los actores turísticos pertenecientes a las “Rutas Agroturísticas Artesanales” para potenciar los destinos turísticos.

5.4. Diseño del Plan de Dinamización Turística

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación se ha planteado el plan de acuerdo a las necesidades de los actores la misma que tendrá las Líneas Estratégicas con sus respectivas acciones y actividades para dinamizar el turismo los mismos que están estructurados de la siguiente manera:

Detalle de la estructura del Plan de Dinamización Turística:

Descripción: definición de la estrategia con la cual se aporta la información detallando las distintas cualidades y actividades que se pueden aplicar en el plan.

Objetivos: Definen los resultados que queremos lograr. Guían a todos los componentes del equipo en una misma dirección común asumida y compartida por todos. Entre otras características se expresan de manera clara, es posible conseguirlos y se pueden evaluar. Rosello (2013, p. 21)

Justificación: es el complemento que sustenta la contribución que brinda a dar soluciones y demuestra las razones por las cuales se define un plan y objetivos para ser cumplidos.

Metas: define el resultado final o propósito general que se espera después de haber aplicado toda la planificación creada de un plan.

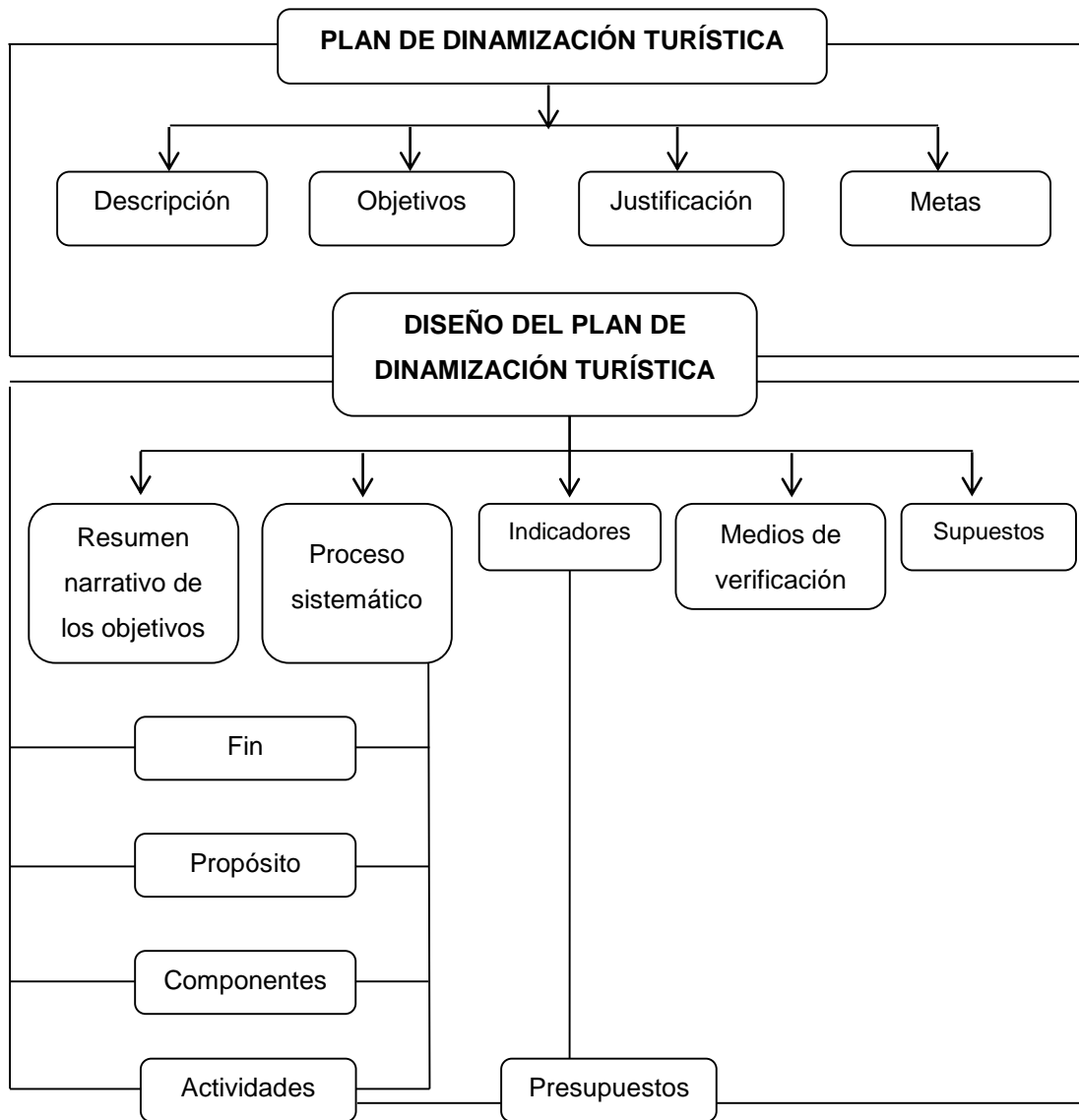


Figura 35. Diseño del Plan de Dinamización Turística

De acuerdo a la siguiente tabla se detallarán los requerimientos solicitados para el desarrollo de las estrategias, acciones y actividades

Tabla 31.

Descripción del Diseño del Plan de Dinamización Turística

NOMBRE: designación de la línea Estratégica a emplearse					
OBJETIVO: descripción cualitativa del alcance de la estrategia.					
	PROCESO SISTEMÁTICO	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS	
OBJETIVO NARRATIVO	FIN	Determinar el grado de los criterios para la planificación de una razón que ayude a fortalecer la estrategia.	Son supuestos por los cuales se verifican la eficiencia al cumplirse para alcanzar su objetivo.		
	PROPÓSITO	Descripción de la intención por la cual se diseña una acción para cumplir un objetivo.	Anuncia lo que espera lograr con un resultado inmediato a mediano plazo.	Describe el medio por el cual los responsables llevaran a cabo el cumplimiento de lo planificado: Gastos/ recibos Documentos Acuerdos Reuniones Lista de asistentes Publicidad Actas Fichas	Los supuestos son un riesgo de cada estrategia que no pueden ser controlados debido a su complejidad de su resultado de cada objetivo narrativo
	COMPONENTE	Son las bases o fundamentos que describen a los ejecutores y beneficiarios.	Expresa el resultado esperado en número o porcentaje en un determinado tiempo		
	ACTIVIDADES	Son las tareas que describen a cada recurso que permita llevar a cabo cada componente	Presupuesto: Es una previsión o gastos relativos a una acción que se determina para cumplir objetivos propuestos.		
Costo total					

Fuente: **CEPAL. (2014) METODOLOGÍA DEL MARCO LÓGICO****5.5. Misión y Visión del Plan de Dinamización Turística Turístico****5.5.1. Misión**

Fortalecer el desarrollo turístico en la provincia de Tungurahua mediante el Plan de Dinamización Turística tomando como herramienta de gestión: la integración, coordinación, ejecución y supervisión de las estrategias para el

impulso de la oferta turística de los actores de las Rutas Agroturísticas Artesanales.

5.5.2. Visión

Consolidar las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua en mercado turístico de la Provincia con el fin de mejorar la calidad de vida de los actores turísticos y brindar un servicio de calidad a los visitantes.

5.6. Líneas Estratégicas

Las estrategias de turismo provincial de Tungurahua fueron diseñadas en el año 2008 por los actores públicos y privados con el objetivo de incrementar las visitas de turistas a la provincia, impulsar el turismo y generar nuevas fuentes de trabajo.

Los actores turísticos han desarrollado emprendimientos que han fomentado cada uno de los productos turísticos de la provincia tales como son los recursos naturales, gastronomía, cultura, compras, etc. Motivo por el cual se crearon las estrategias para formar rutas con los diferentes emprendimientos de forma ordenada y generando un servicio turístico de mejor calidad.

De manera que se ha tomado en cuenta las siguientes Estrategias para el desarrollo de la propuesta:

- Desarrollo de productos turísticos

Ayudan a fortalecer las 9 Rutas Agroturísticas Artesanales en cada uno de los cantones de la provincia para consolidarse como destino turístico.

- Marketing y promoción turística

Mediante esta estrategia se pretende promover un plan de Marketing con todos los recursos y emprendimientos existentes para participar en ferias locales nacionales e internacionales.

- Formación y capacitación turística

Se implementan planes de capacitación para los actores turísticos de las nueve rutas con el fin de brindar a los turistas productos y servicios de calidad. La provincia de Tungurahua ha creado la campaña de sensibilización turística “Conoce tu Parroquia, Cantón, Provincia, Vive Tungurahua” la misma que permitirá formar una conciencia turística para toda la población involucrada y de esta manera fomentar la actividad turística sostenible y sustentable.

5.7. Objetivos estratégicos

- Fortalecer y consolidar Las 9 Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua fomentando el turismo étnico, cultural, comunitario, agroturismo, ecoturismo a través de las vivencias y tradiciones.
- Desarrollar y fortalecer nuevos productos turísticos que formen parte de las Rutas Agroturistas Artesanales las mismas que deben ser promocionadas en congresos y eventos.
- Promocionar y participar en las ferias de turismo local, nacional e internacional mancomunadamente de acuerdo a los productos existentes.

5.8. Políticas

Las políticas que regirán al desarrollo del Plan de Dinamización Turística de Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua serán

un instrumento que contribuya a mejorar el nivel organizacional, coordinación y planificación con un enfoque social, conservacionista y económico el cual permita el aprovechamiento de los recursos naturales, culturales, religiosos, gastronómicos de cada ruta de una manera sostenible, siendo estas las siguientes:

- El Comité Provincial de Turismo generara políticas que regulen y garanticen las actividades turísticas dentro de los sitios definidos.
- Fortalecer los convenios interinstitucionales a nivel local, provincial, nacional e internacional con las entidades gubernamentales, ONG´s y fundaciones con el fin de fortalecer las alianzas estratégicas.
- Creación de actividades para la dinamización, fortalecimiento y desarrollo del turismo en Las 9 Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua.
- Impartir temas de capacitación y asistencia técnica permanente al talento humano en el área turística a todos los representantes de los distintos emprendimientos.
- Promoción adecuada de los productos turísticos desarrollados en cada una de las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua con una adecuada gestión en operatividad y comercialización.

5.8.1. Línea Estratégica N° 1

Marketing Turístico para posicionar a “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” en el mercado turístico Nacional mediante herramientas de comunicación y promoción.

El Plan de marketing promocionará la información que está orientado al fortalecimiento de la actividad turística en “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” mediante la generación de: ferias, expo-ferias, libros, folletos, afiches, mapas, audios, videos, etc. dando

al visitante el acceso a la información de las ofertas de productos turísticos existentes.

A. Objetivos

- Alcanzar un incremento de turistas locales y nacionales en las Rutas Agroturísticas Artesanales para promocionar los: recursos naturales productos artesanales y servicios turísticos, mediante una adecuada información y planes de comunicación para lograr la dinamización y desarrollo integral entre sus actores turísticos.
- Mejorar la actividad económica y calidad de vida de las personas en cada Cantón aprovechando el potencial agroturístico artesanal, mediante la participación activa de los actores.
- Promocionar al visitante todos los emprendimientos turísticos de cada Cantón fortaleciendo mediante el marketing los servicios que ofrece cada Ruta, para lograr incrementar la afluencia turística.
- Informar y promocionar las actividades turísticas como: expo ferias, ferias, fiestas religiosas, culturales y cantonales entre otras.

B. Justificación

Con la implementación del Plan de Marketing Turístico en Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua permitirá al turista conocer las ubicación de los distintos destinos turísticos mediante la información redactada en folletos, trípticos, mapas , CD, Flyres, videos y comunicaciones promocionales en medios radiales, televisivos locales así como también generar la publicidad de cada emprendimiento en los ejes viales de mayor tránsito peatonal, carreteras principales de acceso a la ciudad, parques, etc.

La provincia de Tungurahua cuenta con diferentes ofertas turísticas debido a sus múltiples y variados emprendimientos, los mismos que dotan a la ciudad y visitantes de una oferta turística concentrada, variada y compacta.

C. Metas

- Mejorar la promoción de las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua mediante vallas publicitarias, difusión radial y televisiva, creación de nuevos centros de información para el turista, generación de folletos, libros, mapas, etc.
- Difundir la ubicación de cada emprendimiento fortaleciendo la información al visitante en cuanto seguridad, calidad y confort de servicios.
- Incrementar las afluencias de visitantes locales, nacionales y extranjeros mediante la promoción de emprendimientos turísticos los mismos que deben cumplir con todas sus expectativas.

Tabla 32.

Línea Estratégica 1

NOMBRE: Marketing Turístico para posicionar las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua en el mercado turístico Nacional mediante herramientas de comunicación y promoción.					
OBJETIVO: Posicionar las Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua en el mercado turístico mediante herramientas de promoción y comunicación					
PROCESO SISTEMÁTICO		INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS	
OBJETIVO NARRATIVO	FIN	Lograr la ejecución del Plan de Marketing Turístico de las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua	El plan de Marketing debe estar ejecutado de una forma eficiente en un 95% hasta el año 2018	<ul style="list-style-type: none"> Existencia del Plan de Marketing Convenios con las entidades públicas y privadas. Actualizar la página web de los actores turísticos mensualmente de eventos, ferias, exposiciones, etc. 	Afluencia de los visitantes a los diferentes emprendimientos mediante la promoción efectuada en base al plan.
	PROPÓSITO	Diseñar actividades de promoción y comunicación para motivar a los turistas a visitar los diferentes destinos turísticos en cada una de "Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la provincia de Tungurahua"	El Plan Marketing debe estar diseñado hasta el año 2018 con todos los requerimientos técnicos	<ul style="list-style-type: none"> Existencia de convenios y responsabilidades para la ejecución del Plan. Documentos de las entidades que financien el plan ya sean públicas o privadas 	Los actores turísticos de las Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua coordinan con el H. Gobierno Provincial, G.A.D's Cantonales, Ministerio de Turismo, ONG's, Juntas Parroquiales de Tungurahua al diseño del plan y sus acciones de Marketing Turístico.
	COMPONENT	Plan de Marketing Turístico para "Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua"	Los sectores turísticos se promocionan hasta fines del año 2018, con el fin de incrementar la afluencia de turistas.	<ul style="list-style-type: none"> Acciones diseñado técnicamente Informes técnicos Firma de acuerdo con instituciones gubernamentales y no gubernamentales. Existencia de estrategias de publicidad y promoción turística 	Los actores turísticos trabajan conjuntamente con el H. Gobierno Provincial de Tungurahua, G.A.D's Cantonales, Ministerio de Turismo, ONG's para la ejecución del Plan de Marketing Turístico.

Tabla 33.

Acción y Actividad

NOMBRE: Marketing de promoción turística para las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia Tungurahua.					
OBJETIVO: Elaborar un Plan de Marketing turístico para la promoción de las rutas mediante una investigación de mercado para informar sobre los productos turísticos de Tungurahua.					
	PROCESO SISTEMÁTICO	INDICADORES OBJETIVAMENTE	VERIFICABLES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
OBJETIVO NARRATIVO	FIN	Generar una nueva imagen a “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” mediante una organización de la oferta con calidad	“Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” lideraran la demanda de visitantes del mercado turístico nacional hasta el año 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Estadísticas • Ferias turísticas de emprendimientos. • Ferias nacionales e internacionales. • Encuentros empresariales 	Las Rutas Agroturísticas Artesanales de Tungurahua están posicionadas en el mercado nacional e internacional.
	PROPÓSITO	Diseño del plan de Marketing turístico con el objetivo de ser un destino turístico sustentable.	El plan está orientado a la promoción y comunicación de las rutas estará diseñada hasta fines del 2018, ayudando al incremento de visitas a las rutas.	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de Marketing Turístico • Informe técnico de la elaboración del plan de MKT. • Promocionar e informar los productos de las rutas mediante afiches, libros, cd, videos, vallas publicitarias, difusión radial o televisiva, mapas para las AA.VV. y operadoras de turismo 	Los actores turísticos coordinan con los sectores involucrados H Gobierno Provincial. G.A.D’s, Ministerio de turismo, ONG’s, Gobiernos parroquiales, etc. para el diseño del Plan de MKT.
	COMPONENTE	Diseño del plan de Marketing turístico para la promoción de las rutas. Mejorar la operatividad de los centros de información turística.	<ul style="list-style-type: none"> • Los emprendimientos de las Rutas Agroturísticas Artesanales se promocionaran en un 100% hasta el 2018, para incrementar la afluencia de turistas a la provincia. • Los centros de información turística ayudarán a mantener un registro oficial de los turistas a cada una de las rutas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos del Plan de MKT con nuevas estrategias. • Políticas turísticas generadas por instituciones gubernamentales y no gubernamentales. • Diagrama de funciones • Lista actualizada de los actores turísticos de “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua”. 	Durante la ejecución del plan participan activamente los actores turísticos, técnicos turísticos e instituciones públicas y privadas que tengan como objetivo fomentar la promoción de los emprendimientos turísticos de la Provincia de Tungurahua.

CONTINÚA →

ACTIVIDADES	1. Identificación de los actores turísticos mediante mapas, cd, videos, folletos, trípticos, etc.	1500.00	<p>Los gastos serán justificados por medio de facturas y recibos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Viáticos • Impresiones-encuestas • Instructores • Sala de conferencias • Personal encuestador • Publicidad impresa, trípticos, folletos, flyers • Publicidad radial • Publicidad en tv • Actualización de mapas turísticos • Construcción de vallas publicitarias 	Para el desarrollo de las acciones se cumplirá cada uno de los objetivos planteados conjuntamente con los actores turísticos.
	2. Generación de publicidad en medios radiales y televisivos locales y nacionales	5000.00		
	Socialización de la planificación con los actores públicos, privados y actores turísticos	300.00		
	3. Diseño vallas publicitarias donde se visualice los emprendimientos.	2000.00		
	4. Distribución del material impreso, video gravado, mediante los centros de información turística.	1.000		
Costo total	10.100	<p>Durante la ejecución de las acciones se maneja una lista de gastos.</p> <p>Se realizara reuniones con los actores turísticos y sectores involucrados H Gobierno Provincial. G.A.D's, Ministerio de turismo, ONG's, Gobiernos parroquiales, etc. Para informar su progreso.</p>		

5.8.2. Línea Estratégica N° 2

Desarrollo de Productos Turísticos en “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua”

Los recursos naturales, culturales, religiosos, gastronómicos, manufacturas, hotelero y operación turística tienen el potencial para destacarse a nivel nacional y promover la acogida del turista con el ofrecimiento de servicios turísticos de calidad.

A. Objetivos

- Buscar nuevos emprendimientos y motivar a sus actores a ser parte de “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” con el comprometimiento de generar un desarrollo económico para mejorar su calidad de vida.
- Fortalecer el turismo asociativo y comunitario mediante la firma de acuerdos y compromisos que ayuden a estos sectores al desarrollo e implementación de infraestructuras de servicios.
- Proponer la ejecución de ferias, expo-ferias, congresos y eventos al visitante donde se pueda mostrar todos los actores turísticos, sus bondades con la naturaleza, patrimonio, cultura, religión, gastronomía, étnico, etc.
- Fortalecer los productos turísticos de aventura con la generación de nuevas rutas.

B. Justificación

El Plan se justifica plenamente porque existen organismos e instituciones del sector público y privados que pueden ayudar a mejorar el servicio de los emprendimientos dando las facilidades para que el turista o visitante se sienta bien acogido.

Además los organismos gubernamentales pueden facilitar las actualizaciones de los nuevos actores turísticos de “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” ofreciendo al público en general nuevas alternativas de ocio, relax, convivencia con la naturaleza que conllevan al complemento de diversión, historia, cultura y aventura.

C. Metas

Una vez seleccionado e implementado el Plan de Desarrollo de Productos Turísticos en “Las 9 Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” las instituciones públicas y privadas afines al turismo ayudarán a fomentar, institucionalizar y profesionalizar los nuevos y actuales destinos turísticos con el fin de garantizar un servicio de calidad y confort que satisfaga al cliente, turista o visitante.

Tabla 34.

Línea Estratégica

NOMBRE: Desarrollo de Productos Turísticos en “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua”					
OBJETIVO: Fomentar e impulsar nuevos y actuales emprendimientos turísticos de “Las 9 Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua”					
		PROCESO SISTEMÁTICO	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
OBJETIVO NARRATIVO	FIN	Impulsar nuevos y actuales emprendimientos turísticos en “Las 9 Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua”	Incorporar nuevos actores turísticos a las rutas con la finalidad de ofrecer nuevos atractivos y/o servicios y promoverlas mediante ferias de exposiciones y exhibiciones en expo-ferias.	<ul style="list-style-type: none"> Actualización de base de datos de nuevos emprendimientos y actores turísticos. Re diseño de rutas, mapas Productos turísticos reforzados con más servicios 	Afluencia de los visitantes a los diferentes emprendimientos mediante la promoción efectuada en base al plan de nuevos servicios turísticos.
	PROPÓSITO	Mejoramiento del producto turístico de “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua”	Complementar el producto turístico con la ayuda y soporte técnico de entidades públicas gubernamentales o privadas.	<ul style="list-style-type: none"> Firma de convenios de Desarrollo mancomunado entre los actores turísticos e instituciones. Manteniendo lazos de comunicación con personal técnico inmerso en Turismo y socialización de los atractivos turísticos 	Los actores turísticos por medio de reuniones se llegara acuerdos, convenios, participaciones con el H. Gobierno Provincial, G.A.D's Cantonales, Ministerio de Turismo, ONG's, Juntas Parroquiales de Tungurahua para definir nuevos potenciales turísticos.
	COMPONENTE	Implementación de nuevos emprendimientos Turísticos en “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua”	El desarrollo de productos turísticos nuevos y actuales se incorporara hasta el año 2018, con el fin de fortalecer la afluencia de turistas.	<ul style="list-style-type: none"> Plan diseñado técnicamente por personal especializado en turismo. Informes técnicos. Firma de acuerdo con academias universidades, instituciones gubernamentales y no gubernamentales 	Los actores turísticos trabajan conjuntamente con el H. Gobierno Provincial de Tungurahua, G.A.D's Cantonales, Ministerio de Turismo, ONG's para la ejecución del Plan de Desarrollo de productos turísticos.

Tabla 35.
Acción y Actividad

NOMBRE: Implementación de nuevos emprendimientos Turísticos en "Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua"													
OBJETIVO: Implementar nuevos Productos Turísticos en "Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua" para brindar nuevos servicios a los visitantes o turistas.													
PROCESO SISTEMÁTICO		INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS									
OBJETIVO NARRATIVO	FIN	Brindar nuevos atractivos turísticos o servicios a "Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua"	Anexar y evaluar los nuevos emprendimientos para ser promovidos hasta finales del año 2018 y evaluar su incidencia en la dinámica del turismo local y nacional	<ul style="list-style-type: none"> • Documento de acciones a ejecutarse • Listado de nuevos emprendimientos • Registros fotográficos • Informes técnicos 	"Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua" gozará de nuevos destinos turísticos con el fin de satisfacer las necesidades de los visitantes o turistas.								
	PROPOSITO	Brindar a los turistas locales, nacionales y extranjeros los nuevos emprendimientos y su contribución a Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua, mejorando la dinámica de la economía.	Generación de convenios y actividades de participación con organismos gubernamentales y no gubernamentales para obtener buenas prácticas de turismo sostenible.	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de eventos, ferias, exposiciones. • Firma de convenios de ayuda social, comunitaria en el ámbito turístico • Conocer reglamentos de turismo comunitario, asociativo 	Fortalecer Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua mediante nuevos recursos, bienes y/o servicios								
	COMPONENTES	<ul style="list-style-type: none"> • Catastrar y evaluar los nuevos emprendimientos, sus ubicaciones y bondades turísticas. • Firma de compromisos entre los nuevos actores turísticos y los actores de "Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua" 		<ul style="list-style-type: none"> • Informes técnicos • Ubicación de emprendimientos • Fotografías • Convenios firmados 	Las instituciones: H Gobierno Provincial. G.A.D's, Ministerio de turismo, ONG's, Gobiernos parroquiales, etc. analizarán la inclusión de nuevos emprendimientos, su impacto en el turista así como su evolución y aceptación.								
	ACTIVIDADES	<table border="1"> <tr> <td>Buscar y evaluar los nuevos emprendimientos</td> <td>1.000,00</td> </tr> <tr> <td>Firma de acta de compromiso con los nuevos actores turísticos</td> <td>500,00</td> </tr> <tr> <td>Renovar el catastro turístico de las Rutas</td> <td>100,00</td> </tr> <tr> <td>Establecer reglamentos de turismo comunitario, asociativo, sostenible y sustentable</td> <td>100,00</td> </tr> </table>	Buscar y evaluar los nuevos emprendimientos	1.000,00	Firma de acta de compromiso con los nuevos actores turísticos	500,00	Renovar el catastro turístico de las Rutas	100,00	Establecer reglamentos de turismo comunitario, asociativo, sostenible y sustentable	100,00		Cada uno de los gastos será justificado por medio de facturas y recibos. <ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Viáticos • Impresiones-encuestas • Sala de conferencias • Publicidad radial • Publicidad en tv • Actualización de mapas turísticos • Construcción de vallas publicitarias 	Para el desarrollo de las acciones se cumplirá cada uno de los objetivos planteados conjuntamente con los actores turísticos.
	Buscar y evaluar los nuevos emprendimientos	1.000,00											
Firma de acta de compromiso con los nuevos actores turísticos	500,00												
Renovar el catastro turístico de las Rutas	100,00												
Establecer reglamentos de turismo comunitario, asociativo, sostenible y sustentable	100,00												
	Costo total del Proyecto	1.700,00		Durante la ejecución de las acciones se manejará una lista de gastos.	Se realizara reuniones con los actores turísticos y sectores involucrados H Gobierno Provincial. G.A.D's, Ministerio de turismo, Gobiernos parroquiales, etc.								

5.8.3. Línea Estratégica N° 3

Formación y capacitación turística para el talento humano que conforman “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” para mejorar los servicios y productos turísticos.

La formación y capacitación es la clave fundamental para los actores turísticos con el propósito de fortalecer las habilidades y capacidades para fortalecer el turismo sostenible y sustentable.

De tal manera formar y capacitar a los actores turísticos que contribuyen al desarrollo del turismo de las 9 rutas, y brindar un mejor servicio con un personal capacitado.

A. Objetivos

- Promover la formación y capacitación para la administración de emprendimientos turísticos.
- Promover el desarrollo de los actores turísticos vinculados con la actividad turística, por medio de procesos de diagnóstico, planificación, coordinación, evaluación y control para el apoyo y seguimiento de proyectos.
- Fomentar la cultura turística que permita concientizar la actividad turística.

B. Justificación

El Plan de formación y capacitación dirigida a los actores turísticos es de vital importancia, dichas capacitaciones resultarían costosas dadas las situaciones de cada prestador turístico ya que son emprendimientos con personal reducido.

Sin embargo las capacitaciones brindadas por instituciones públicas o privadas no abarcan todas las actividades turísticas por lo cual se debe generar Plan de capacitación continuos de acuerdo al sector turístico, de tal manera que se pueda contribuir al mejoramiento del manejo de los emprendimientos turísticos y a su vez garantizar una imanen de la calidad turística de la provincia a nivel nacional e internacional.

C. Metas

El desarrollo de la capacitación y profesionalización dirigida a los actores turísticos se promoverá el progreso de cada uno de los emprendimientos por medio de las entidades públicas y privadas con el fin de garantizar un mejor servicio hacia el turista.

Tabla 39: Línea Estratégica

NOMBRE: Formación y capacitación turística para el talento humano que conforman “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” para mejorar los servicios y productos turísticos.					
OBJETIVO: Promover la formación y capacitación turística del talento humano por medio del apoyo de entidades públicas y privadas para garantizar los servicios y productos turísticos.					
		PROCESO SISTEMÁTICO	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
OBJETIVO NARRATIVO	FIN	Alcanzar el cumplimiento del Plan de formación y capacitación turística.	El progreso de las actividades del Plan deben estar ejecutados en un 70% hasta el 2019	<ul style="list-style-type: none"> • Numero de capacitaciones en ejecución. • Porcentaje de actores turísticos que participen en las capacitaciones. 	Los actores turísticos ponen en práctica los conocimientos para brindar servicios de calidad a sus clientes.
	PROPÓSITO	Diseñar actividades de capacitación para brindar un servicio de calidad.	El Plan debe estar creado hasta el año 2017 con los requerimientos técnicos.	<ul style="list-style-type: none"> • Documentación de las capacitaciones • Convenios con instituciones públicas o privadas. • Financiamiento para las capacitaciones. • Designación de técnicos encargados para la ejecución del Plan 	Las entidades públicas y privadas trabajan conjuntamente con los actores turísticos de las rutas.
	COMPONENTE	Capacitaciones dirigidas para las diferentes áreas turísticas: Capacitaciones basadas en idiomas, administración, atención al cliente, marketing turístico.	Las actividades generadas deben estar siendo ejecutados a partir del 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Firmas de convenios con instituciones públicas o privadas. • Proyecto diseñado técnicamente. • Certificados de capacitación 	Los actores turísticos logran insertar sus conocimientos para el desarrollo de sus emprendimientos.

Tabla 36.

Acción y Actividad

NOMBRE: Capacitaciones en las áreas turísticas para un servicio de calidad, dirigido a los actores turísticos.					
OBJETIVO: desarrollar capacitaciones para brindar una mejor calidad en los servicios y productos turísticos que se brindan en cada emprendimiento turísticos de las Rutas.					
	PROCESO SISTEMÁTICO	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS	
OBJETIVO NARRATIVO	FIN	Mediante la formación y capacitación de los actores turísticos se mejorara el servicio y productos turísticos.	Durante el primer semestre se planificara y segmentara las capacitaciones por sectores turístico para abarca a todos los actores turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> Planificación del Plan de formación y capacitación Lista cursos de capacitación Listado de actores turísticos Socialización de las capacitaciones Fotografías Firmas de asistencia 	Apoyo del H. H. Gobierno Provincial, G.A.D's Cantonales, Ministerio de Turismo, ONG's, Juntas Parroquiales de Tungurahua y universidades para desarrollar las capacitaciones
	PROPÓSITO	Mejorará el servicio y productos turísticos de los emprendimientos que conforman las "Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua" mediante la formación y capacitación.	El proyecto debe estar implementado en el segundo trimestre del año en curso.	<ul style="list-style-type: none"> Lista de asistentes Contenido de las capacitaciones Evaluaciones cuantitativas y cualitativas Aprobación de la capacitación 	Los actores turísticos pondrán en práctica los conocimientos adquiridos para efectuar a los emprendimientos turísticos.
	COMPONENTES	Actividades de capacitación para las actividades turísticas	El 70% de los actores turísticos lograrán integrarse a una de las capacitaciones	<ul style="list-style-type: none"> Módulos de las capacitaciones Lista de participantes Registros de asistencias Fotografías Certificados 	Efectúan el servicio y productos de calidad para optimizar sus emprendimientos.
	ACTIVIDADES	Firma de convenios entre el H. Gobierno Provincial de Tungurahua y las instituciones públicas y privadas.	300.00	Cada uno de los gastos será justificado por medio de facturas y recibos.	El cumplimiento de las actividades planteadas se efectuaran conjuntamente con el H. Gobierno Provincial de Tungurahua, actores turísticos, entidades públicas y privadas
		Módulo de capacitación para las áreas de:	3.000.00	<ul style="list-style-type: none"> Transporte Viáticos Impresiones de folletos Sala de conferencias Publicidad 	
		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Administración para empresas turísticas ✓ Atención al cliente ✓ Marketing turístico ✓ Idiomas ✓ Gastronomía ✓ Guianza 			
Otros.					
Convocatoria para las capacitaciones.		200.00			
Listado de actores turísticos que recibirán las capacitaciones	100.00				
	Costo total	3.600.00	Durante la ejecución de las acciones se maneja una lista de gastos.	Se realizara reuniones sectores involucrados H Gobierno Provincial. G.A.D's, y facilitadores de las capacitaciones para verificar el avance de las actividades.	

Tabla 37.

Resumen del Plan de Dinamización Turística

N°	LÍNEA ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES	COSTO APROXIMADO	POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO	RESPONSABLE DE EJECUCIÓN.
1	Marketing Turístico para posicionar las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua en el mercado turístico Nacional mediante herramientas de comunicación y promoción	Marketing de promoción turística para las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua.	10.300	H. Gobierno Provincial G.A.D's Cantonales Ministerio de Turismo ONG's	Actores turísticos H. Gobierno Provincial G.A.D's Cantonales Técnicos Juntas Parroquiales de Tungurahua
2	Desarrollo de Productos Turísticos en "Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua"	Implementación de nuevos emprendimientos Turísticos en "Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua"	1.700,00	H. Gobierno Provincial G.A.D's Cantonales Ministerio de Turismo ONG's	Actores turísticos H. Gobierno Provincial G.A.D's Cantonales Técnicos Juntas Parroquiales de Tungurahua
3	Formación y capacitación turística para el talento humano que conforman "Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua" para mejorar los servicios y productos turísticos.	Capacitaciones en las áreas turísticas para un servicio de calidad, dirigido a los actores turísticos.	3.600,00	H. Gobierno Provincial G.A.D's Cantonales Ministerio de Turismo ONG's Instituciones públicas o privadas de capacitación.	Actores turísticos H. Gobierno Provincial G.A.D's Cantonales Técnicos asignados Juntas Parroquiales de Tungurahua Capacitadores
Total			1,713.90		

Tabla 38.

Cronograma de ejecución del Plan de Dinamización Turística

N°	LÍNEA ESTRATÉGICA	NOMBRE DE LA ACCIÓN /ACTIVIDAD	AÑO 2017				AÑO 2018				
			1 ^{er} Trim	2 ^{do} Trim	3 ^{er} Trim	4 ^{to} Trim	1 ^{er} Trim	2 ^{do} Trim	3 ^{er} Trim	4 ^{to} Trim	
1	Marketing Turístico para posicionar las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua en el mercado turístico Nacional mediante herramientas de comunicación y promoción	Marketing de promoción turística para las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia Tungurahua.	■	■	■	■	■				■
2	Desarrollo de Productos Turísticos en “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua”	Implementación de nuevos emprendimientos Turísticos en “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua”	■	■	■	■	■				■
3	Formación y capacitación turística para el talento humano que conforman “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” para mejor los servicios y productos turísticos.	Capacitaciones en las áreas turísticas para un servicio de calidad, dirigido a los actores turísticos.	■	■	■	■	■	■			■

Iconografía de las actividades de las líneas estratégicas

MARKETING TURÍSTICO	
■	Identificación de los actores turísticos
■	Generación de publicidad en medios de comunicación
■	Socialización del Plan de MKT
■	Diseño de publicidad
■	Distribución e instalación de la publicidad impresa
■	Evaluación en situ

IMPLEMENTACION DE EMPRENDIMIENTOS TURISTICOS	
■	Buscar y evaluar nuevos emprendimientos
■	Firma de acta de compromiso de nuevos actores
■	Renovación del catastro turístico
■	Establecer reglamentos
■	Evaluación de aceptación por parte del turista

FORMACION Y CAPACITACIÓN	
■	Administración de empresas
■	Atención al cliente
■	Marketing turístico
■	Idiomas
■	Gastronomía
■	Guianza
■	Evaluación en situ

Figura 366. Iconografía de las actividades de las líneas estratégicas

CONCLUSIONES

Concluida la investigación se puede determinar con lo siguiente:

- Mediante el diagnóstico de las “Rutas Agroturísticas Artesanales de la provincia de Tungurahua” se determinó que la administración actual del H. Gobierno Provincia ha brindado su apoyo para el desarrollo de las rutas, las cuales han tenido un apoyo para pertenecer al mercado turístico y generar ingresos por medio de sus emprendimientos.
- Después de haber aplicado las técnicas de recolección de datos se logró llegar a la conclusión que los actores turísticos están agrupados de mejor manera gracias a las Rutas establecidas en cada cantón de la provincia, sin embargo en su gran mayoría los actores turísticos dueños de sus emprendimientos no han tenido el suficiente apoyo para poder sobresalir dentro del mercado turístico como es a comparación de los emprendimientos que están administrados por las instituciones públicas.
- Finalmente para poder acoplar a todos los actores turísticos con el propósito de que todos tengan las mismas oportunidades de sobresalir en el mercado turístico se ha desarrollado la propuesta de un Plan de Dinamización Turística con el fin de activar la economía, potenciar sus destinos turísticos por medio de un servicio y productos de calidad.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere a la administración de las “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” realicen convenios de cooperación con instituciones educativas, entes públicos y privados para que sus integrantes realicen actividades de vinculación y capacitación encaminadas al turismo, las mismas que servirán de apoyo para el desarrollo de la Propuesta del Plan de Dinamización Turística
- Se recomienda realizar estudios del Marketing Turístico que se manejan en “Las Rutas Agroturísticas Artesanales de la Provincia de Tungurahua” con el fin de conocer las fortalezas y debilidades de cada una de las rutas y de esta manera seguir corrigiendo y contribuyendo a la mejora de los productos, servicios y destinos turísticos.
- La implementación de las actividades del Plan de Dinamización Turística deberán ser tomadas en cuenta como una herramienta de trabajo que fue realizada empíricamente de acuerdo a la situación actual y a la información recolectada

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Boullón, Roberto. *Las Actividades Turísticas y Recreacionales*. México. D.F: Trillas, 1990. Recuperado el 25 de Septiembre de 2016.
- Bullon, Roberto. *Planificación del Espacio Turístico*. México D.F: Trillas, 1990. Recuperado el 10 de Enero de 2016.
- Cabarcas, Noelia. *Administración de Servicios Turísticos*. Bogotá: Ideaspropias editorial, 2011. Recuperado el 14 de Febrero de 2016.
- Cardenas, Elizabeth, Claudia Caballero y Enrique Pacheco. *Promoción turística: una llave para el desarrollo de Chuquisaca*. La Paz: Fundacion PIEB, 2004. Recuperado el 20 de Julio de 2016.
- Castellano, Eulogio. *Turismo y Recreación*. México D.F: Trillas, 2010. Recuperado el 26 de Marzo de 2016.
- Castro, Renato. «Elementos del Turismo.» 2006. Recuperado el 23 de Abril de 2016. : <https://books.google.com.ec/books?id=z8SgCXUIsGUC&pg=PA195&dq=planta+turistica&hl=es&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMIk-jz54uyxwIVy6oeCh1_KglT#v=onepage&q=planta%20turistica&f=false>.
- Constitución de la República del Ecuador. *Asamblea Nacional*. Montecristi, 2008. Recuperado el 10 de Agosto de 2016.
- Crosby, Arturo y Adela Moreda. *Elementos basicos para un turismo sostenible en las areas naturales*. Madrid: Centro Europeo de formacion ambiental y turistica, (CEFAT), 1996. Recuperado el 04 de Diciembre de 2016.
- DIARIO EL TELEGRAFO. «Trabajo y estudio no se excluyen entre los jóvenes.» 13 de Julio de 2013: S/N. Recuperado el 26 de Octubre de 2016.
- Equipo Consultor Tourism & Leisure – Europraxis. *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo*. Recuperado el 26 de Septiembre de 2007. Recuperado de: 11 de Marzo de 2015. <<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>>.

- Fonseca, Elena. *Turismo, Hotelería y Restaurantes*. Lexus, 2007. Recuperado el 06 de Diciembre de 2016.
- García, Jeraar. «EUMED.NET.» 05 de Julio de 2011. Recuperado el 18 de Agosto de 2015. <http://www.eumed.net/libros-gratis/ciencia/2012/8/planes_dinamizacion_turistica_actualidad.html>.
- Geilfus, Frans. *80 herramientas para el desarrollo participativo: diagnóstico, planificación, monitoreo, evaluación*. San José: IICA Sede Central, 2002. Recuperado el 16 de Agosto de 2016.
- H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2016. «Mapas de las Rutas Agroturisticas Artesnales de Tungurahua, 2016.» Recuperado el 15 de Diciembre de 2016.
- Jay, MICHAEL. 06 de junio de 2011. Recuperado el 11 de febrero de 2015. <<http://ofertaturisticacancuncuba.blogspot.com/2011/06/oferta-turistica-definicion.html>>.
- Montecinos, Antonio. *Peregrino Gastrósofo*. 06 de Julio de 2013. Recuperado el 23 de Junio de 2016. <<https://peregrinogastrosofo.wordpress.com/2013/07/06/definicion-turismo-gastronomico/>>.
- Olmos, Lourdes y Rafael García. *Estructura del Mercado Turístico*. España: Paraninfo S.A., 2013. Recuperado el 09 de Noviembre de 2016.
- Pérez, Yamisleydis, Manuel Guerrero y Jorge González. *Producto turístico*. 01 de Enero de 2010. Recuperado el 24 de Junio de 2016. <www.eumed.net/libros/2010a/655/>.
- Plan Nacional para el Buen Vivir. *Sumak Kawsay*. Montecristi, 2013 - 2017. Recuperado el 20 de Diciembre de 2016.
- Reguero, Miguel. *Ecoturismo: Nuevas formas de turismo en el espacio rural*. Universidad de Indiana: Bosch, 1994. 26 de Septiembre de 2016.
- Sacatoro, Luis. «Repositorio Universidad Técnica de Cotopaxi.» 05 de Abril de 2013. Recuperado el 05 de Octubre de 2016. <<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1647/1/T-UTC-1521.pdf>>.

- Tamayo, Mario. «Repositorio Universidad Técnica de Ambato.» 2009. Recuperado el 06 de Octubre de 2015. <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/1646/TU_HOT55.pdf?sequence=1>.
- Tolón, Alfredo y Xavier Lastra. *Actas del I Seminario Internacional de Cooperación y Desarrollo en Espacios Rurales Iberoamericanos. Sostenibilidad e Indicador*. Almería: Universidad Almería, 2008. Recuperado el 30 de Junio de 2016.
- Valencia, Jorge. *Boletín Turístico*. 01 de Abril de 2004. Recuperado el 18 de Agosto de 2015. <<http://www.boletin-turistico.com/index.php/diccionarioturismo/Diccionario-1/D/DEMANDA-TUR%C3%8DSTICA-303/>>.
- Woltera Kluwer. *Código de Turismo*. Madrid: La Ley, 2007. Recuperado el 12 de Septiembre de 2016.

ANEXOS



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

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

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por la señorita:

MARTHA DANIELA LLUMIQUINGA PARRA

En la ciudad de Latacunga a los 2 días del mes de marzo del 2017

Ing. Carlos Albán

DIRECTOR DEL PROYECTO

Ing. Carlos Albán

DIRECTOR DE CARRERA

Dr. Juan Carlos Díaz

SECRETARIO ACADÉMICO

APROBADO POR:

