



**ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE AMBATO PARA EL FOMENTO
DEL TURISMO DE ROMANCE**

CAISALITIN ORTIZ, DORIS MAGALI Y VEGA DUMANCELA, EVELIN LISBETH

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE 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**

ING. NASIMBA SUNTAXI, CRISTINA MARIBEL

22 DE AGOSTO DEL 2020



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Certifico que el trabajo de titulación, "**ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE AMBATO PARA EL FOMENTO DEL TURISMO DE ROMANCE**" fue realizado por las señoritas **CAISALITIN ORTIZ, DORIS MAGALI y VEGA DUMANCELA, EVELIN LISBETH** el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Latacunga, 22 de agosto del 2020

Ing. Cristina Nasimba Mgtr

C. C. 050241362-8

Document Information

Analyzed document	Proyecto de Titulación Vega y Caisalitin.docx (D78162885)
Submitted	8/25/2020 5:39:00 PM
Submitted by	Cristina Nasimba
Submitter email	cmnasimba@espe.edu.ec
Similarity	4%
Analysis address	cmnasimba.espe@analysis.arkund.com

Sources included in the report

SA	TESIS Angel Cerón.docx Document TESIS Angel Cerón.docx (D40757792)		9
W	URL: https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/26070/1/LUIS%20LESANO%201... Fetched: 12/28/2019 5:43:12 AM		2
W	URL: https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/11764/1/T-ESPE-053121.pdf Fetched: 11/11/2019 4:13:08 PM		2
W	URL: https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/mercados-especializados Fetched: 8/25/2020 5:40:00 PM		1
W	URL: https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/13482/1/T-ESPE-057388.pdf Fetched: 2/10/2020 2:29:34 AM		2
W	URL: https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12127/1/T-ESPE-053410.pdf Fetched: 12/20/2019 8:10:27 PM		3
W	URL: https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/14745/1/T-ESPE-040139.pdf Fetched: 11/13/2019 5:07:21 AM		2
W	URL: https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/27805/1/1804635637%20L%C3... Fetched: 7/4/2020 7:17:16 PM		3
SA	Fanny Duchimaza, urkund.pdf Document Fanny Duchimaza, urkund.pdf (D72849284)		3
SA	TESIS RAQUEL SANI TENESACA.pdf Document TESIS RAQUEL SANI TENESACA.pdf (D48188598)		1
SA	Tesis Jazmine Encarnación Zambrano.pdf Document Tesis Jazmine Encarnación Zambrano.pdf (D54392283)		1



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

RESPONSABILIDAD DE TU AUTORÍA

Nosotras, *CAISALITIN ORTIZ, DORIS MAGALI y VEGA DUMANCELA, EVELIN LISBETH*, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **"ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE AMBATO PARA EL FOMENTO DEL TURISMO DE ROMANCE"** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Latacunga, 22 de agosto del 2020

Caisalitin Ortiz, Doris Magali

C.C.: 050418562-0

Vega Dumancela, Evelin Lisbeth

C.C.: 020239674-3



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Nosotras, **CAISALITIN ORTIZ, DORIS MAGALI C.C. 050 VEGA DUMANCELA, EVELIN LISBETH C.C. 0202396743**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **"ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE AMBATO PARA EL FOMENTO DEL TURISMO DE ROMANCE"** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Latacunga, 22 de agosto del 2020

Caisalitin Ortiz, Doris Magali

C.C.: 050418562-0

Vega Dumancela, Evelin Lisbeth

C.C.: 020239674-3

DEDICATORIA

***“Nuestra gloria más grande no consiste en no haberse caído nunca, sino en haberse levantado después de cada caída”
Confucio***

El presente trabajo lo dedico principalmente a Dios, por ser el pilar fundamental y quien me dio fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de mis sueños más anhelado.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio que durante todo este tiempo me han brindado, gracias a ellos he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que hoy en día soy, por ser los mejores padres que Dios me pudo dar y el privilegio de ser su hija, y por ser los mejores padres que la vida me dio.

A mis abuelitos, mi tía, mi prima y hermanos que estuvieron y me ayudaron cuando más los necesitaba, quienes me apoyaron incondicionalmente y me brindaban sus mejores deseos siempre.

A mis amigos que estaban en las buenas y en las malas quienes me brindaban sus consejos y experiencias para ser un mejor ser humano a todos esos seres maravillosos los tendré siempre en mi corazón.

A todos aquellos que me apoyaron desde el principio de mis inicios, les dedico el trabajo de investigación.

Doris

DEDICATORIA

***“Pon tu alegría en el Señor y Él te dará lo que ansió tu corazón”
(Salmo 37,4)***

El esfuerzo y esmero del presente trabajo lo quiero dedicar en primer lugar a Dios, quien ha sido el conductor de mi vida en cada momento dándome la sabiduría necesaria para tomar buenas decisiones bajo el amparo de su palabra, sin su bendición ningún logro sería posible. Mi honra para Él y mi futuro en sus manos.

Con infinito cariño y amor a mi mami Mónica y a mi abuelita Olga, quienes con su ejemplo, esfuerzo y dedicación hicieron de mí una persona de bien, siempre enfocada en sus objetivos y con ganas de salir adelante, nunca perdiendo la humildad y siempre recordando los valores inculcados en el hogar.

Dedico también este escrito a mi hermanita Kiandra y a todos mis primos, que miren dentro de él un ejemplo de superación, persistencia y tenacidad. A toda mi familia quienes jamás dejaron de apoyarme y motivarme para alcanzar mis sueños, gracias por su apoyo incondicional en cada etapa y decisión de mi vida.

Evelin

AGRADECIMIENTO

***“Continua a pesar de que todos esperen que abandones.
No dejes que se oxide el hierro que hay en ti.”
Madre Teresa de Calcuta***

Expreso mis más sinceros agradecimientos a todos aquellos quienes estuvieron en este largo camino, a Dios, a mis padres, amigos y demás familiares. Pues ellos fueron quienes me brindaron su apoyo incondicional, quienes me guiaron a lo largo de mi vida con sus enseñanzas, consejos, principios y valores, por confiar en mis capacidades y siempre motivarme a ser mejor persona y por ende una mejor profesional.

Como no agradecer a esta noble institución que me abrió las puertas y me permitió conocer a grandes personas, grandes docentes que me han ayudado a forjar mi camino y me han preparado para ser una gran profesional, grandes amigos que con sus ocurrencias hemos compartido risas, anécdotas y lágrimas, agradezco a cada persona que conocí durante estos 5 años, en especial a aquellos que estuvieron cuando todo era un caos, aquellos seres especiales en mi vida que me brindaron muchas alegrías. A mi fiel amiga y compañera de tesis Evelin que juntas hemos unido fuerzas para alcanzar nuestros objetivos y conseguir nuestro tan anhelado sueño, gracias por todos los consejos brindados.

Finalmente quiero agradecer a mi tutora de tesis Ing. Cristina Nasimba por ser una excelente profesional y un gran ser humano y que sin ella no hubiéramos logrado este gran momento.

Doris

AGRADECIMIENTO

***“No podemos hacer grandes cosas, pero si cosas pequeñas con un gran amor”
Madre Teresa de Calcuta***

En primer lugar, mi agradecimiento es a Dios por ser el dador de vida y quien ha permitido que alcance un peldaño más en mi vida estudiantil, sin Él nada es posible, mi roca y fortaleza, mi refugio y amparo.

Agradezco infinitamente a dos pilares fundamentales de mi vida, quienes han estado conmigo festejando mis victorias y apoyándome en mis derrotas; mi mami, Mónica por haber estado en cada momento de mi vida quien con esfuerzo y sacrificio ha sabido darme todo cuanto he necesitado, un verdadero ejemplo de lucha y fortaleza; a mi abuelita Olga quien ha destinado su vida a guiarme y convertirme en una persona con valores éticos y morales intachables. A mi abuelito César y mi tío Diego, quienes han sido esas figuras paternas que han iluminado mi vida y me han dado ese empujoncito para avanzar y prosperar; a mis tías Marili y Edelina quienes siempre están ahí motivándome en cada etapa y alentándome a continuar. A mi hermana Kiandrita y a mis primos quienes me han enseñado que por más difícil que sea la situación, una sonrisa siempre lo arreglará todo.

A mi amiga y compañera de tesis, Doris, con quien hemos compartido momentos inolvidables, los cuáles los llevaré tatuados en mi corazón eternamente; a mis amigos y personas especiales por ser ese apoyo incondicional en cada momento y por demostrarme que para ser familia no es necesario tener la misma sangre.

Finalmente, mi profundo agradecimiento a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sede Latacunga, por haber sido mi hogar durante los años de aprendizaje, a nuestra tutora Ing. Cristina Nasimba por su tiempo y dedicación y a todos aquellos maestros que más que dictarnos una cátedra nos enseñaron lecciones de amor y compañerismo. ***Evelin***

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	2
RESPONSABILIDAD DE TU AUTORÍA	4
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN.....	5
DEDICATORIA.....	6
AGRADECIMIENTO.....	8
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	10
ÍNDICE DE TABLAS	14
ÍNDICE DE FIGURAS	17
RESUMEN	20
ABSTRACT	21
CAPÍTULO I.....	22
GENERALIDADES.....	22
1.1. Antecedentes	22
1.2. Planteamiento del Problema.....	26
1.3. Formulación del Problema	28
1.4. Justificación e Importancia.....	28
1.5. Objetivos.....	30
1.5.1. Objetivo General.....	30
1.5.2. Objetivos Específicos.....	30
1.6. Hipótesis.....	30
CAPÍTULO II.....	31
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	31
2.1. Sistema turístico	31
2.2. Planta Turística.....	32
2.2.1. Dimensiones de la Planta Turística.....	34
2.2.2. El Equipamiento.....	34
2.2.3. Las Instalaciones	36

	11
2.2.4. Clasificación de la Planta Turística en Ecuador	41
2.3. Turismo de Romance.....	42
2.3.1. Historia del Turismo de Romance	42
2.3.2. Origen del Turismo de Romance.....	44
2.3.3. Demanda Turística de Parejas	46
2.3.4. Características de parejas que optan por el Turismo de Romance.....	48
2.3.5. Gustos y preferencias en el Turismo de Romance	50
2.3.6. Importancia del Turismo de Romance.....	51
2.3.7. Eventos que abarca el Turismo de Romance.....	52
2.3.8. Conceptualización de eventos.....	53
2.4. Marco Legal.....	56
CAPÍTULO III.....	60
ENFOQUE METODOLÓGICO.....	60
3.1. Metodología de la Investigación	60
3.2. Enfoque de la Investigación	61
3.3. Modalidades de Investigación	62
3.4. Nivel de Investigación	63
3.5. Población y Muestra.....	64
3.6. Técnicas e Instrumentos	70
3.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	71
CAPÍTULO IV	72
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	72
4.1. Análisis de la Situación.....	72
4.1.1. Desde la oferta.....	72
4.1.1.1. Estudio del territorio.....	72
a) Ubicación	73
b) Movimiento Turístico	76
c) Empleo Área Turística	83
4.1.1.2. Infraestructura	84

	12
a) Transporte	85
b) Servicios Básicos.....	89
c) Comunicaciones	91
4.1.1.3. Equipamiento.....	92
4.1.1.4. Recursos turísticos	96
4.1.2. Desde la demanda	100
4.1.2.1. Factores Internos.....	100
a) Factores Culturales	100
b) Factores Sociales	100
c) Factores Personales	100
d) Factores Psicológicos	101
4.1.2.2. Factores Externos.....	101
a) Económico.....	102
b) Tecnológico	106
c) Ambiental.....	108
4.1.3. Recolección de datos.....	108
a) Encuesta.....	109
b) Entrevista.....	127
4.1.4. Comprobación de Hipótesis	142
CAPÍTULO V	144
PROPUESTA.....	144
5.1. Introducción.....	144
5.2. Antecedentes de la propuesta	145
5.3. Justificación.....	146
5.4. Diseño y metodología de la propuesta	146
5.4.1. Título de la propuesta	147
5.4.2. Ubicación	148
5.4.3. Ficha de establecimientos	149
5.4.4. Registro fotográfico	150
5.4.5. Arquitectura del logo o marca	153
5.4.6. Diagramación	155

	13
5.5. Objetivo, finalidad y alcance	159
5.6. Estructura del catálogo	159
5.7. Presentación del catálogo	187
CONCLUSIONES	189
RECOMENDACIONES	191
BIBLIOGRAFÍA	193

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 _SERVICIOS DE LA PLANTA TURÍSTICA.....	32
Tabla 2 _CLASIFICACIÓN DE LA PLANTA TURÍSTICA DE ECUADOR	42
Tabla 3 _REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS	57
Tabla 4 _REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO.....	58
Tabla 5 _FACULTADES A GOBIERNOS AUTÓNOMOS.....	59
Tabla 6 _DETERMINANTES DE LA MUESTRA.....	65
Tabla 7 _MUESTREO ALEATORIO SIMPLE.....	66
Tabla 8 _MUESTREO TOTAL	66
Tabla 9 _PROYECCIÓN ETARIA 2020.....	68
Tabla 10 _DETERMINANTES DE LA MUESTRA.....	69
Tabla 11 _TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	70
Tabla 12 _ESTRUCTURA DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	72
Tabla 13 _DATOS DE LA CIUDAD AMBATO	74
Tabla 14 _DATOS TURÍSTICOS DE AMBATO SIN CIUDADANOS VENEZOLANOS ...	77
Tabla 15 _PROCEDENCIA DE TURISTAS HACIA LA CIUDAD DE AMBATO	78
Tabla 16 _GÉNERO DE VISITANTES	79
Tabla 17 _GRUPO ÉTNICO.....	80
Tabla 18 _EDAD DE TURISTAS	81
Tabla 19 _TURISTAS CON DISCAPACIDAD	82
Tabla 20 _DISTANCIAS EN KILOMETRAJE	87
Tabla 21 _COOPERATIVAS Y FRECUENCIAS DE BUSES DE AMBATO.....	88
Tabla 22 _TRANSPORTE TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE AMBATO.....	89
Tabla 23 _ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	92
Tabla 24 _ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO.....	93
Tabla 25 _ESTABLECIMIENTOS DE INTERMEDIACIÓN	93
Tabla 26 _ESTABLECIMIENTOS DE OPERACIÓN E INTERMEDIACIÓN.....	94
Tabla 27 _ESTABLECIMIENTOS DE PARQUES DE ATRACCIÓN ESTABLES	94
Tabla 28 _ESTABLECIMIENTOS DE TRANSPORTE TURÍSTICO.....	95
Tabla 29 _ESTABLECIMIENTOS FINALES.....	95
Tabla 30 _ACTIVIDADES ECONÓMICAS	105
Tabla 31 _GÉNERO.....	110

Tabla 32 _EDAD.....	111
Tabla 33 _ESTADO CIVIL.....	112
Tabla 34 _LUGAR DE PROCEDENCIA	113
Tabla 35 _PREGUNTA 1: CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO DE ROMANCE ...	115
Tabla 36 _PREGUNTA 2: EVENTOS DEL TURISMO DE ROMANCE	116
Tabla 37 _PREGUNTA 3: CELEBRACIONES EN LA CIUDAD DE AMBATO	117
Tabla 38 _PREGUNTA 4: INGRESO MENSUAL.....	118
Tabla 39 _PREGUNTA 5: PRESUPUESTO PARA GASTO	119
Tabla 40 PREGUNTA 6: ACOMPAÑANTES.....	120
Tabla 41 _PREGUNTA 7: ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	121
Tabla 42 _PREGUNTA 8: DECISIÓN DE COMPRA	122
Tabla 43 _PREGUNTA 9: TODO INCLUIDO	123
Tabla 44 _PREGUNTA 10: DÍAS DE VISITA	124
Tabla 45 _PREGUNTA 11: MEDIOS DE INFORMACIÓN.....	125
Tabla 46 _PREGUNTA 12: RECURSOS DE INFORMACIÓN	126
Tabla 47 _ÍTEMS PARA ANÁLISIS DE ENTREVISTAS	127
Tabla 48 _COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....	142
Tabla 49 _FICHA DE OBSERVACIÓN.....	149
Tabla 50 _FICHA HOTEL AMBATO	162
Tabla 51 _FICHA CAFÉ CONQUISTADOR	163
Tabla 52 _FICHA CAFETERÍA LA FUENTE	164
Tabla 53 _FICHA CAFETERÍA OASIS	165
Tabla 54 _FICHA CAFETERÍA PONCHE SUIZO	166
Tabla 55 _FICHA CAFETERÍA CRÈME BRÛLÉE CHOCOLATERIE	167
Tabla 56 _FICHA HELADERÍA BOGATI	168
Tabla 57 _FICHA DISCOTECA LOV MUSIC CLUB	169
Tabla 58 _FICHA RESTAURANTE ABAKÁ	170
Tabla 59 _FICHA RESTAURANTE COCINA AL HORNO	171
Tabla 60 _FICHA RESTAURANTE DELICIAS DEL MAR	172
Tabla 61 _FICHA MARCELO'S K'FETERIA.....	173
Tabla 62 _FICHA RESTAURANTE MM MARISQUERÍA.....	174
Tabla 63 _FICHA RESTAURANTE MM WINGS.....	175
Tabla 64 _FICHA RESTAURANTE 86	176

Tabla 65 _FICHA SALA DE RECEPCIONES EL TORREÓN DE LA PENÍNSULA	177
Tabla 66 _FICHA SALA DE RECEPCIONES QUINTA VICTORIA	178
Tabla 67 _FICHA SALA DE RECEPCIONES EL MIRADOR DE LEO	179
Tabla 68 _FICHA SALA DE RECEPCIONES QUINTA MAGNOLIA	180
Tabla 69 _FICHA SALA DE RECEPCIONES QUINTA BALQUIRIAS.....	181
Tabla 70 _FICHA AGENCIA DE VIAJES MUNDO AÉREO.....	182
Tabla 71 _FICHA AGENCIA DE VIAJES CENNTURY TRAVEL.....	183
Tabla 72 _FICHA TRANSPORTE TURÍSTICO COTTULLARI S.A.	184
Tabla 73 _MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD COVID-19.....	185

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	_FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO	31
Figura 2	_SERVICIOS DE LA PLANTA TURÍSTICA	33
Figura 3	_DIMENSIONES DE LA PLANTA TURÍSTICA	34
Figura 4	_DIMENSIONES DEL EQUIPAMIENTO	35
Figura 5	_EQUIPAMIENTO DE LA PLANTA TURÍSTICA	35
Figura 6	_INSTALACIONES DE LA PLANTA TURÍSTICA	37
Figura 7	_INSTALACIONES DE AGUAY PLAYA	38
Figura 8	_INSTALACIONES DE MONTAÑA	39
Figura 9	_INSTALACIONES GENERALES	39
Figura 10	_CATEGORÍAS DE LA PLANTA TURÍSTICA	40
Figura 11	_CATEGORÍAS DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS	40
Figura 12	_ELEMENTOS DE TURISMO DE ROMANCE	44
Figura 13	_CLASIFICACIÓN DEL TURISMO	45
Figura 14	_TURISMO ALTERNATIVO INMERSO EN EL TURISMO DE ROMANCE	46
Figura 15	_FACTORES DE DECISIÓN DE COMPRA	47
Figura 16	_CLASIFICACIÓN DEL ESTRATO SOCIAL ECUATORIANO	49
Figura 17	_CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO DE ROMANCE	50
Figura 18	_FACTORES DEL TURISMO DEL ROMANCE	51
Figura 19	_EVENTOS DE TURISMO DE ROMANCE	52
Figura 20	_ENTIDADES DE REGULACIÓN TURÍSTICA	56
Figura 21	_ESQUEMA METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN	60
Figura 22	_NIVELES DE INVESTIGACIÓN	64
Figura 23	_ESTUDIO DEL TERRITORIO	73
Figura 24	_DIVISIÓN POLÍTICA DE LA CIUDAD DE AMBATO	76
Figura 25	_INGRESOS TURÍSTICOS	77
Figura 26	_PROCEDENCIA DE TURISTAS	79
Figura 27	_GÉNERO DE TURISTAS	80
Figura 28	_GRUPO ÉTNICO	81
Figura 29	_EDAD DE TURISTAS	82
Figura 30	_DISCAPACIDAD DE TURISTAS	83
Figura 31	_CLASIFICACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA DE AMBATO .	85

Figura 32	DISTRIBUCIÓN DE AGUA POTABLE EN AMBATO	90
Figura 33	ALCANTARILLADO EN LA CIUDAD DE AMBATO	90
Figura 34	COBERTURA ELÉCTRICA EN LA CIUDAD DE AMBATO	91
Figura 35	SERVICIO DE TELEFONÍA EN LA CIUDAD DE AMBATO	92
Figura 36	DEFINICIONES DE RECURSOS TURÍSTICOS	97
Figura 37	CLASIFICACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS	98
Figura 38	RECURSOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO	99
Figura 39	PRODUCTO INTERNO BRUTO	103
Figura 40	VALOR AGREGADO PETROLERO Y NO PETROLERO	104
Figura 41	INFLACIÓN MENSUAL AÑO 2019	106
Figura 42	APLICACIONES DE TURISMO	107
Figura 43	GÉNERO	110
Figura 44	EDAD	111
Figura 45	ESTADO CIVIL	112
Figura 46	LUGAR DE PROCEDENCIA	114
Figura 47	PREGUNTA 1: CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO DE ROMANCE ..	115
Figura 48	PREGUNTA 2: EVENTOS DEL TURISMO DE ROMANCE	116
Figura 49	PREGUNTA 3: CELEBRACIONES EN LA CIUDAD DE AMBATO	117
Figura 50	PREGUNTA 4: INGRESO MENSUAL	118
Figura 51	PREGUNTA 5: PRESUPUESTO PARA GASTO	119
Figura 52	PREGUNTA 6: ACOMPAÑANTES	120
Figura 53	PREGUNTA 7: ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	121
Figura 54	PREGUNTA 8: DECISIÓN DE COMPRA	122
Figura 55	PREGUNTA 9: TODO INCLUIDO	123
Figura 56	PREGUNTA 10: DÍAS DE VISITA	124
Figura 57	PREGUNTA 11: MEDIOS DE INFORMACIÓN	125
Figura 58	PREGUNTA 12: RECURSOS DE INFORMACIÓN	126
Figura 59	LLUVIA DE IDEAS: HOTEL	128
Figura 60	LLUVIA DE IDEAS: CAFETERÍAS	130
Figura 61	LLUVIA DE IDEAS: DISCOTECAS	132
Figura 62	LLUVIA DE IDEAS: RESTAURANTES	134
Figura 63	LLUVIA DE IDEAS: SALAS DE RECEPCIONES Y BANQUETES	136
Figura 64	LLUVIA DE IDEAS: AGENCIAS DE VIAJES INTERNACIONAL	138

Figura 65 _LLUVIA DE IDEAS: TRANSPORTE TERRESTRE	140
Figura 66 _METODOLOGÍA DE LA PROPUESTA.....	147
Figura 67 _ÁREA DE INVESTIGACIÓN	148
Figura 68 _PONCHE SUIZO	150
Figura 69 _CRÉME BRÚLÉE	151
Figura 70 _HOTEL AMBATO	151
Figura 71 _QUINTA MIRADOR DE LEO.....	152
Figura 72 _EDICIÓN PHOTOSHOP	153
Figura 73 _ISOTIPO	153
Figura 74 _SLOGAN.....	154
Figura 75 _TIPOGRAFÍA.....	154
Figura 76 _ADOBE ILUSTRADOR Y ADOBE PHOTOSHOP	155
Figura 77 _PORTADA DEL CATÁLOGO.....	156
Figura 78 _CONTENIDO DEL CATÁLOGO.....	157
Figura 79 _SEPARACIÓN DEL CATÁLOGO.....	158

RESUMEN

La presente investigación analiza la planta turística de la ciudad de Ambato para el fomento de turismo de romance; pues al no contar con un registro detallado de la situación de los establecimientos, este se convierte en un tema de análisis imprescindible para la sociedad; por consiguiente se analiza los diferentes conceptos propuestos por varios autores, además de la aplicación de una metodología de carácter exploratorio, descriptivo, explicativo y de campo, con la utilización de enfoques cualitativos y cuantitativos a través de la aplicación de técnicas como la encuesta y la entrevista para la respectiva recolección de datos primarios y secundarios. A continuación, se desarrolló el diagnóstico de la planta turística de la ciudad de Ambato, en donde se identificó a 23 establecimientos divididos entre hoteles, cafeterías, sala de recepciones, agencias de viajes, entre otros, los mismos que se encuentran bajo la regulación de las diferentes actividades propuestas por el Ministerio de Turismo, de esta manera la información recolectada ayudo a determinar un alto índice de establecimientos dispuestos a fomentar el turismo de romance. Finalmente, con los datos obtenidos tanto de las entrevistas a los propietarios de los establecimientos como de las encuestas hacia los ciudadanos se optó por la realización de un catálogo, de tal forma que este sea virtual, de fácil entendimiento y pueda servir como base para la elaboración de proyectos futuros.

PALABRAS CLAVE:

- **PLANTA TURÍSTICA**
- **TURISMO DE ROMANCE**
- **AMBATO**

ABSTRACT

The present investigation analyzes the tourist plant of the city of Ambato for the promotion of tourism of romance; because it does not have a detailed registry of the situation of the establishments, this becomes a topic of indispensable analysis for the society; Therefore, the different concepts proposed by several authors are analyzed, as well as the application of an exploratory, descriptive, explanatory and field methodology, with the use of qualitative and quantitative approaches through the application of techniques such as the survey and the interview for the respective collection of primary and secondary data. Next, a diagnosis was made of the tourist facilities in the city of Ambato, where 23 establishments were identified, divided into hotels, cafeterias, reception rooms, and travel agencies, among others, which are under the regulation of the different activities proposed by the Ministry of Tourism. In this way, the information collected helped to determine a high index of establishments willing to promote romantic tourism. Finally, with the data obtained both from the interviews to the owners of the establishments and -from the surveys to the citizens, we opted for the realization of a catalogue, in such a way that this is virtual, of easy understanding and can serve as a base for the elaboration of future projects.

Keywords

- **TOURIST PLANT**
- **ROMANCE TOURISM**
- **AMBATO**

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1. Antecedentes

Para el trabajo de investigación se revisó varias fuentes bibliográficas y documentales de diferentes autores y países que tienen relación con la investigación logrando rescatar las que pudieron aportar un mayor conocimiento y enriquecer mejor esta investigación.

El turismo ha pasado por un constante cambio durante este tiempo, en el que se ha adaptado a las necesidades de las personas que cada día buscan dejar lo cotidiano y encontrar algo diferente. Sucede lo mismo con el Turismo de Romance, se basa en buscar nuevas actividades para las parejas hoy en día varias empresas se especializan solo en este tipo de turismo.

De acuerdo con Espartero & Vásquez (2014) en su publicación titulada: "Pymes dedicada al romance: un modelo turístico diferente" desarrollada en la Universidad de Sevilla. Departamento de Análisis Económico y Economía política tiene como objetivo demostrar que el turismo práctico tendrá una buena acogida en Sevilla, proponiendo la creación de una empresa organizadora de bodas con club social para novias.

Al principio de la investigación se puede decir que al crear una empresa que se encargue de la organización de estos eventos se debe tomar en cuenta los establecimientos que servirán de soporte para la entidad ya que al desplazarse de un lugar a otro se debe conocer el lugar en donde los invitados pueden quedarse y tener

todo lo necesario durante su estadía dentro del lugar que se escogió para realizar la boda, además aquí se fomenta mucho el turismo de romance y el turismo de compras considerando que se pasa de lo cotidiano a realizar cosas que están fuera de lo común.

La metodología que los autores mencionan es una investigación predominante en la cual se utilizó la entrevista para conocer algunos datos del lugar donde se pretende colocar la empresa, a parte se realizó un DAFO para la futura empresa.

Finalmente, los investigadores con este estudio pretenden que al crear una entidad encargada de realizar eventos de romance y bodas no solo fomentara este tipo de turismo de bodas sino también se ampliara la demanda de estos sitios para la realización de las mismas, causando un impacto social que produciría este tipo de empresas.

Según Macías (2014) en su investigación titulada: "Ecuador un destino para casarse", desarrollada en la Universidad de las Américas, tiene como objetivo conocer las características de la oferta, demanda del segmento de turismo de romance dentro del país, para la realización de bodas en diferentes regiones y ciudades del Ecuador.

En la investigación se analiza la situación del Ecuador para la realización de eventos relacionados con el turismo de romance incluyendo las despedidas de solteros, luna de miel y bodas con el fin de posicionar al Ecuador como un destino donde las parejas puedan casarse. Además, se pretende dar a conocer este tipo de empresas que venden y brindan este tipo de servicio o paquetes para descubrir la oferta dentro del país.

La metodología utilizada es la investigación exploratoria dentro de la cual se utilizó tanto la técnica cualitativa y cuantitativa; la cualitativa para conocer gustos de los clientes mediante documentos obtenidos de Ministerio de Turismo y cuantitativa mediante encuestas para obtener datos estadísticos con el fin de recopilar información para generar los paquetes turísticos. También se tomó en cuenta dos documentos del Ministerio de Turismo: El Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del Ecuador “PLANDETUR 2020” (MINTUR, 2007) y el Plan Integral de Marketing del Ecuador realizado por el (MINTUR, 2009)

Como declara Macías (2014) en el Ecuador existen ofertas para realizar este tipo de turismo, sin embargo, actualmente, no existen paquetes especializados en el mismo, es por eso por lo que en esta investigación se buscó implantar estos paquetes ya que existen empresas que cuentan con la infraestructura adecuada y servicios de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.

Según Carrera (2016) en su trabajo de investigación titulada “Romance Ecuador: Estudio de factibilidad de empresa organizadora de bodas de destino”, desarrollada en la Universidad San Francisco de Quito, tiene como objetivo impulsar al Ecuador como destino para bodas para las parejas extranjeras. La propuesta de valor de Romance en Ecuador recalca que brinda una experiencia a parejas que buscan casarse en un destino.

La investigación detalla que la empresa Romance Ecuador, se encargará de abarcar el mercado de bodas con su organización, planificación y supervisión, también promocionar en distintas ciudades del Ecuador como son Quito, Cuenca, Manta y

Galápagos, además esta empresa trabaja con agencias de viajes las cuales organizan los paquetes turísticos.

Esta investigación utiliza la metodología basada en The Knot, esta es una plataforma virtual que contiene información detallada de bodas, la cual contiene investigaciones de las mismas y las más importantes; tomando en cuenta el lugar de destino, ya que demuestra que cada cuatro bodas realizadas; una, es en un destino en particular, además de ello muestra los motivos por el cual las parejas escogen este destino.

Para Molina (2017) en su investigación titulada “Análisis de las potencialidades de la provincia de Pichincha, como un destino de eventos de romance”, tiene como objetivo analizar los factores que intervienen para potencializar a la provincia de Pichincha como un destino de eventos de romance, a través del enfoque sistémico y de la investigación de los diferentes prestadores de servicios.

Actualmente se puede decir que los eventos de bodas han ganado mercado y están siendo un componente fundamental dentro del mismo, por esto es importante conocer a los prestadores de servicios como detalla la autora en su investigación, para así fomentar la oferta y demanda de este tipo de eventos románticos mediante la variedad de empresas que existen y la capacidad que tiene cada una para satisfacer la calidad del servicio.

La metodología de la investigación se basa en un enfoque mixto ya que se analizó: cualitativamente mediante las entrevistas a las autoridades de los ministerios u organismos como: Consejo Provincial de Pichincha (GAD de la provincia), Ministerio de

Turismo y Quito Turismo; y cuantitativo mediante encuestas a demanda local y tomando como referencia a la demanda internacional, además la investigadora realizó encuestas a los servidores turísticos que ayudaron directamente en la ejecución de eventos de romance.

Finalmente, el estudio pretende conocer las preferencias que tiene la demanda en relación con el turismo de romance, lo cual se analiza mediante los elementos de la teoría del consumidor, obteniendo así una visión clara de las necesidades y requerimientos que la provincia de Pichincha puede cubrir en la organización de este tipo de eventos de romance.

1.2. Planteamiento del Problema

Con el paso de los años la industria turística mundial se ha convertido en uno de los ejes más importantes de la economía de las naciones; día a día el segmento turístico se ha vuelto más exigente al momento de contratar un servicio ya sea en el área hotelera, turística o gastronómica, por lo que el encargado de brindar estas facilidades se ha visto en la obligación de ampliar sus conocimientos para satisfacer dichas exigencias y ganar mayor posicionamiento en el mercado.

Un ejemplo que se puede mencionar es el Turismo de Romance dentro de la industria mexicana es destacado en toda Latinoamérica, pues con el paso de los años este país ha logrado posicionarse de manera fuerte e inigualable alrededor de todo el mundo; destinos, carácter servicial y una buena promoción han sido los pilares fundamentales para el crecimiento acelerado de este segmento en dicho país.

Ecuador, al ubicarse en el centro del mundo se ha visto galardonado con cuatro regiones maravillosas que brindan al turista encanto, naturaleza, cultura y tradiciones; las cuales han atraído considerablemente gran cantidad de visitantes extranjeros, quienes quedan maravillados con las grandes y extensas montañas de los Andes, el cálido y acogedor clima de sus Costas o porque no la humedad y la belleza de las cascadas de la Amazonía. El conjunto de todos estos atractivos, han generado que el Ministerio de Turismo en sus nuevos planes y proyectos apueste por el Turismo de Romance con su lema “Ecuador is Love” enfocándose en la realización de actividades como bodas, celebraciones, compromisos, lunas de miel, aniversarios, pedidas de mano y escapadas románticas.

Actualmente no existe mayor información sobre el Turismo de Romance es por este motivo que esta investigación se realiza con el propósito de aportar al conocimiento existente sobre el mismo, ya que no existen fuentes bibliográficas acerca del tema, al revisar en buscadores académicos y bases digitales como Google Académico, Dialnet, Teseo se constata que la investigación tiene la potencialidad para realizar Turismo de Romance en la ciudad de Ambato, ya que la misma realiza esfuerzos para el desarrollo turístico desde hace un tiempo atrás.

En la ciudad de Ambato claramente se puede evidenciar la inexistencia del turismo de romance, pese a que su planta turística es muy amplia para su óptimo desarrollo, por este motivo la investigación a realizarse se basa en un análisis completo de dicha planta para así poder motivar y fomentar la implementación de este tipo de turismo, el cual genera un gran impacto en la sociedad.

Dentro del área de estudio se encuentran atractivos turísticos de aceptación por varios segmentos ya conocidos, los cuales con la implementación de Turismo de Romance se convertirán en productos turísticos que atiendan a las necesidades y exigencias de los demandantes tanto nacionales como extranjeros.

Ambato hasta el momento no cuenta con una planta turística adecuada para el desarrollo de turismo de Romance, lo cual ha limitado las decisiones de las parejas para realizar actividades turísticas de este tipo dentro de la ciudad, ya que no se sienten seguras o no tienen información suficiente para encaminarse por este tipo de turismo, lo que las lleva a optar por actividades convencionales o ya conocidas dentro del mercado.

Al no dar mayor énfasis a la planta turística, el turismo de romance corre el riesgo de no posicionarse adecuadamente dentro del mercado turístico en lo local, generando menos ingresos económicos; además de que el Ecuador no se muestre ante el mundo como la idea que inicialmente se planteó. Por tal motivo es importante considerar dichos aspectos y generar impacto en la comunidad tanto nacional como internacional.

1.3. Formulación del Problema

¿Cómo incide la Planta Turística de la ciudad de Ambato en el fomento del Turismo de Romance?

1.4. Justificación e Importancia

El turismo de Romance en la actualidad se ha convertido en tendencia en algunos países ya que ha generado ingresos económicos muy altos, pues las personas

buscan algo fuera de lo común, buscan lugares con riqueza natural y cultural para la realización de sus bodas, aniversarios y despedidas de solteros.

Ambato, más conocida como la “Tierra de las Frutas y de las Flores” es el escenario perfecto para implantar el Turismo de Romance, su encanto natural y cultural ha sabido conquistar el corazón de turistas tanto nacionales como extranjeros, siendo estos últimos los que mayor cantidad de actividades han realizado en tan solo un año. Dadas características tales como costos, nuevas tendencias, satisfacción del servicio y su amplia planta turística la presente investigación tiene por objeto verificar si las mismas están en condiciones óptimas para generar impacto dentro de esta modalidad de turismo; brindado a los clientes un evento con un estilo único y totalmente diferente a lo que otros destinos pueden ofertar.

Cabe recalcar que los beneficiarios de la investigación son los prestadores de servicios turísticos específicamente alojamiento, alimentos y bebidas, intermediación, operación, parques de atracción y transporte turístico, quienes al verificar si sus servicios ayudarán al fomento del turismo de romance, podrán realizar paquetes para ofertar en el mercado.

Por lo tanto, esta investigación resulta de interés social para el sector turístico de la ciudad y del Ecuador, ya que se dará a conocer las tendencias turísticas para ofertar el Turismo de romance y la planta turística, conociendo la infraestructura y los servicios que ofertan los establecimientos donde realizan los eventos. Además, con esto se espera impulsar el desarrollo del turismo de romance, no solo en la ciudad de Ambato, sino extender a otras regiones del país, para que así tengan la posibilidad de prestar este tipo de servicio.

Los resultados de la investigación brindarán fuentes bibliográficas para futuros estudios referentes al tema, los cuales aportarán información verídica ya que los mismos serán obtenidos del lugar de estudio, además de ello se podrá constatar si los diferentes establecimientos cumplen con los servicios establecidos de acuerdo con su clasificación.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

- Analizar la planta turística de la ciudad de Ambato para el fomento del turismo de romance.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Investigar datos teóricos propios de las variables a estudiar para fundamentar adecuadamente la presente investigación.
- Definir la metodología para el correcto desarrollo de la investigación y la obtención de resultados.
- Realizar el diagnóstico situacional de la planta turística de la ciudad de Ambato mediante la investigación de campo para la generación del catálogo.
- Proponer un catálogo de la Planta Turística de la ciudad de Ambato para el fomento del Turismo de Romance.

1.6. Hipótesis

La planta turística actual de la ciudad de Ambato fomentará el Turismo de Romance.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

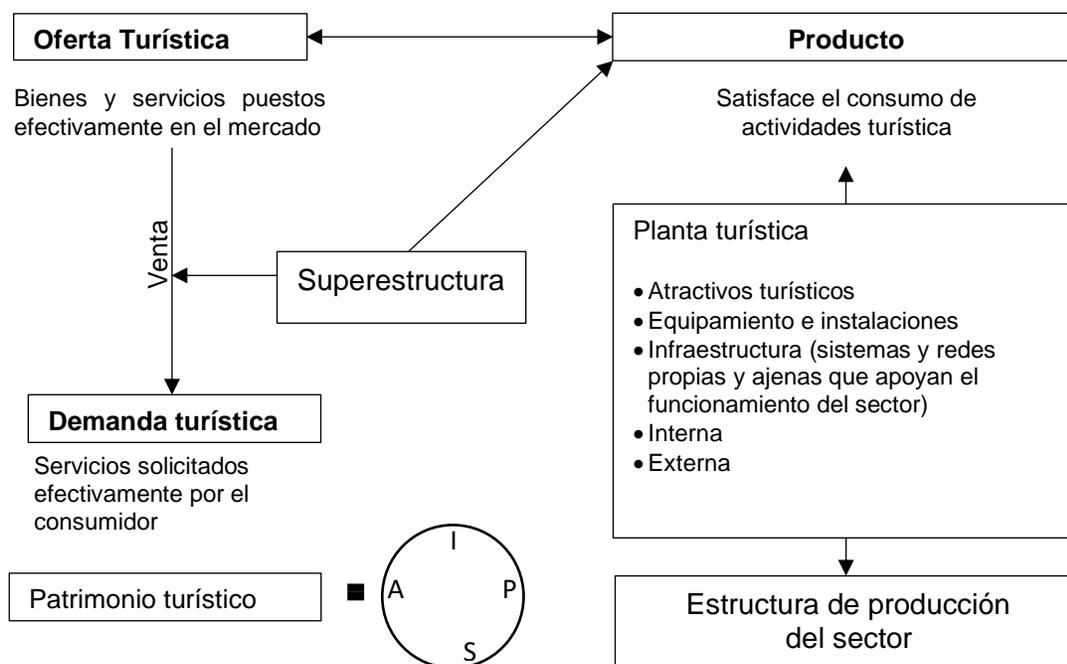
2.1. Sistema turístico

Según Bullón (2006), menciona que un sistema turístico es un “Conjunto de elementos (infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística, producto turístico) interrelacionados que propiciarán satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre” (pág. 31).

El funcionamiento del sistema turístico tiene algunas particularidades, todas tienen un mismo objetivo para satisfacer las necesidades.

Figura 1

FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO



Nota: El gráfico muestra cómo funciona el Sistema Turístico. Tomado de *Planificación del Espacio Turístico* (p. 32), por R. Bullón, 2006.

2.2. Planta Turística

Al hablar de turismo se hace hincapié a la movilización de varias personas desde su lugar de residencia hacia uno completamente diferente con fines de ocio o recreación, sin embargo, los turistas que realizan dicha movilización buscan experiencias nuevas y novedosas ya sea en el ámbito de alojamiento, restauración o recreación, siendo este el momento adecuado para que la planta turística satisfaga los deseos y necesidades presentadas en el trayecto; estos servicios en conjunto se definen como “El conjunto de medios y actividades que facilitan la estancia y el bienestar del viajero, convergiendo en ella elementos tangibles e intangibles los cuales son, en su etapa final, de consumo interdependiente” (Barbosa, 2007, pág. 113)

Tabla 1

SERVICIOS DE LA PLANTA TURÍSTICA

Definiciones por autores	Servicios de Planta Turística
Según Quesada (2010) menciona que la planta turística es un elemento importante dentro del turismo ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento, permanencia y aprovechamiento de los atractivos.	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento • Alimentación • Esparcimiento • Otros servicios
Por su parte Flores (2012) afirma que la planta turística satisface los requerimientos del visitante bajo los estándares de calidad regulado por organismos en los cuales se mantienen la prestación de los siguientes servicios.	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento • Alimentación • Transportación • Apoyos adicionales o secundarios
Según Navarro (2015) dice que la planta turística es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados con este fin.	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento • Restaurantes • Servicios complementarios

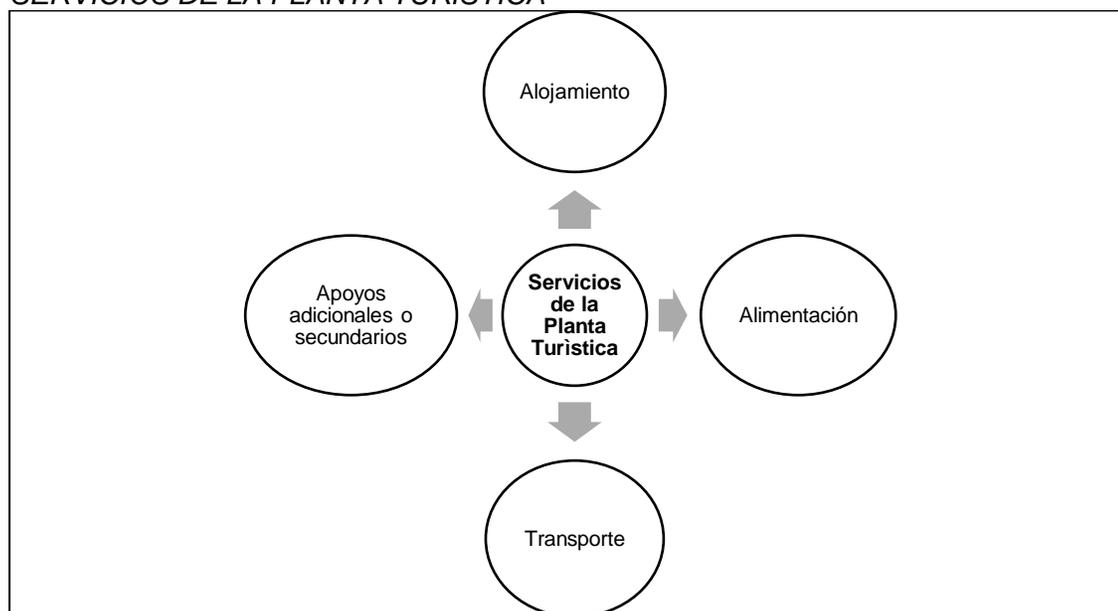
Nota: Los servicios de la Planta Turística tomado de Barbosa, M. (2007), pág. 113.

La planta turística juega un papel muy importante dentro del lugar del destino, sin duda alguna la primicia que mantiene cada uno de los prestadores de servicios es mantener la calidad y excelencia de sus prestaciones puesto que una atención de primera generará mayor ingreso de turistas y por ende mayor fuente de empleos y ganancias económicas, (Flores, 2012) menciona que:

La Planta Turística es el conjunto de servicios básicos y complementarios que satisfacen los requerimientos del visitante, bajo normas de calidad, regulado por organismos nacionales e internacionales que supervisan el cumplimiento y mejoramiento de la oferta brindada, bajo convenios establecidos de acuerdo con el rubro y giro comercial ofrecido (pág. 5)

Figura 2

SERVICIOS DE LA PLANTA TURÍSTICA



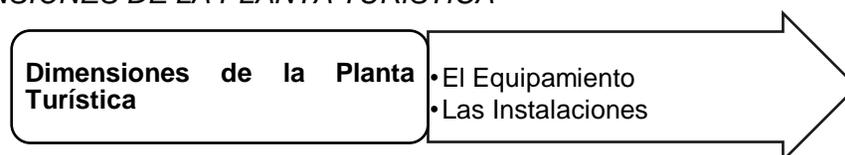
Nota. El gráfico indica los diferentes servicios que brinda la planta turística, en base a Flores (2012 pág. 5)

2.2.1. Dimensiones de la Planta Turística

Boullón (2006) en una de sus obras indica que los servicios ofertados a los turistas que deciden visitar ciertos atractivos, son elaborados por la empresa pública o privada a quien en la actualidad se la conoce como planta turística y la cual se encuentra constituida por dos dimensiones importantes para el presente estudio.

Figura 3

DIMENSIONES DE LA PLANTA TURÍSTICA



Nota: El gráfico indica dos importantes dimensiones que tiene la planta turística por Boullón, 2006, pág. 33

2.2.2. El Equipamiento

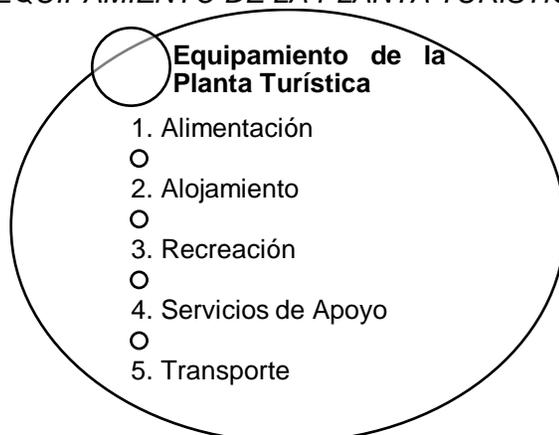
Los conceptos relacionados al equipamiento de la planta turística son varios y dependen del criterio de cada autor, en la tabla siguiente se coloca tres definiciones concretas y correlacionadas unas con otras, las definiciones son variadas pero la conclusión es la misma; la satisfacción de las necesidades y deseos de los turistas

Figura 4*DIMENSIONES DEL EQUIPAMIENTO*

Gurría, Manuel (1997)	• Está formado por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino escogido.
Boullón, Roberto (2006)	• El equipamiento incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos
Cárdenas, Fabio (2006)	• El inventario de la planta turística comprende el registro de todas las instalaciones y los equipos de producción de los servicios turísticos de un país, a los que se les denomina equipamiento.

Nota: La ilustración indica los conceptos de tres autores sobre el equipamiento de la planta turística

Una vez presentados los conceptos, a continuación, se indica las categorías pertenecientes al equipamiento, en los tres autores consultados se verifica la existencia de cuatro servicios indispensables para el correcto funcionamiento de la planta turística, sin embargo, es considerable realizar la descripción de cada uno de ellos como se detalla en el siguiente desarrollo.

Figura 5*EQUIPAMIENTO DE LA PLANTA TURÍSTICA*

Nota: El gráfico representa los diferentes equipamientos que se encuentran en la planta turística por Gurría, 1997, pág. 53.

- a) **Alimentación:** “Engloba todos los establecimientos que de modo habitual y mediante un precio proporcionan comidas y/o bebidas con o sin otros servicios de carácter complementario”. (Ludeña, 2016, pág. 51)
- b) **Alojamiento:** “Son los establecimientos a proporcionar de forma temporal y mediante un precio, habitación o residencia, con o sin servicios complementarios, en épocas, zonas o situaciones turísticas” (Ludeña, 2016, pág. 51)
- c) **Recreación:** La acción o actividad de personas involucradas en el uso constructivo y personalmente placentero del tiempo libre. La recreación activa o pasiva, individual o de grupo en deportes, funciones culturales, apreciación de la historia natural o humana, educación no formal, placer, recorridos y espectáculos. (Gurría, 1997, pág. 59)
- d) **Servicios de Apoyo:** “Es todo aquello que la sociedad urbana requiere para funcionar adecuadamente, por ejemplo, transportes públicos, comunicaciones, policía, bomberos, hospitales, etcétera”. (Gurría, 1997, pág. 60)
- e) **Transporte:** Constituye una actividad turística, que consiste en prestar servicio de transporte de personas o arrendar medios de transporte, de modo habitual y mediante tarifa o precio, con o sin otros complementarios, los tipos de transporte son: aéreo, marítimo, fluvial y terrestre. (Ludeña, 2016, pág. 51)

2.2.3. Las Instalaciones

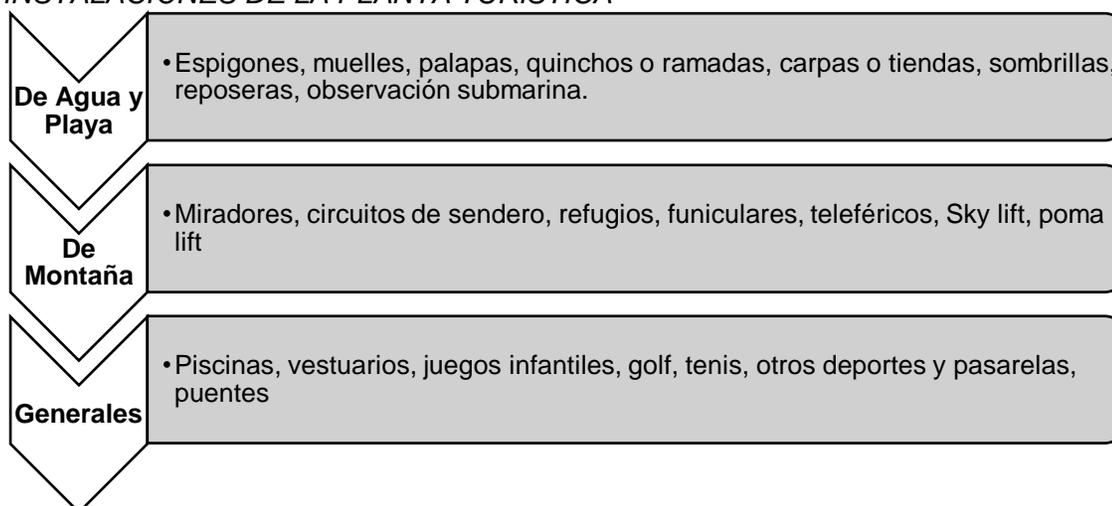
Son todas las construcciones especiales (distintas a las del equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas. Muchas veces algunos de sus elementos se incluyen como servicios complementarios en los hoteles y

restaurantes y otras se desarrollan como negocios independientes. (Ibáñez & Cabrera, 2011, pág. 185)

Las instalaciones son todas aquellas construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas, brindando así satisfacción a sus visitantes, las mismas se clasifican en:

Figura 6

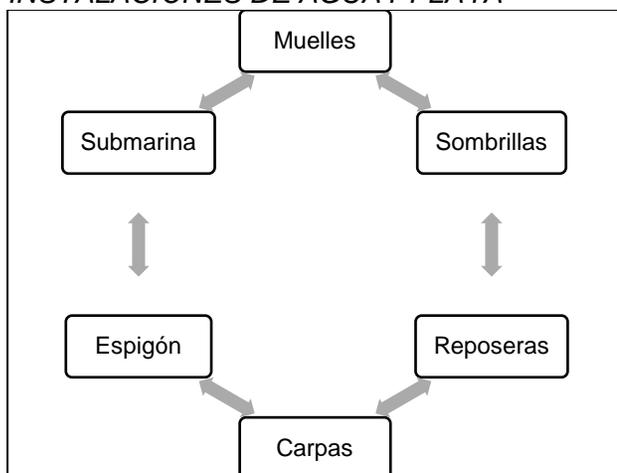
INSTALACIONES DE LA PLANTA TURÍSTICA



Nota: El cuadro muestra las instalaciones turísticas por R. Ibáñez y C. Cabrera, 2011, pág. 185.

2.2.3.1. De agua y playa

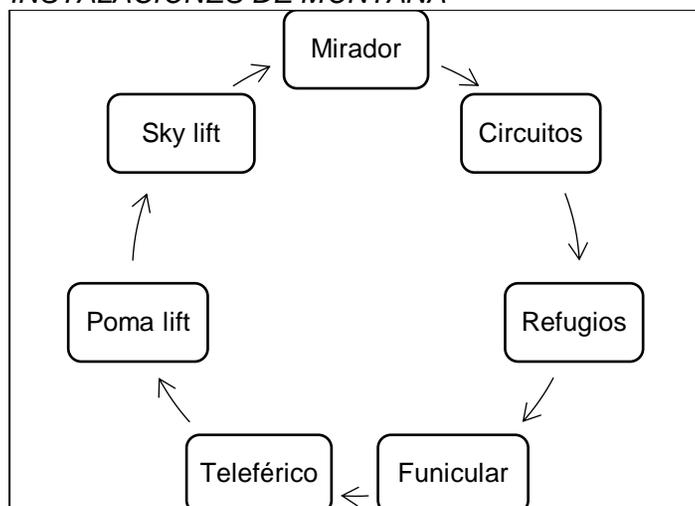
Son instalaciones que ayudan a que la estadía de los turistas sea más amena y por ende faciliten la realización de actividades turísticas, este tipo de edificaciones se basa en estructuras lineales que están construidos con elementos prefabricados y se colocan dentro de las costas marítimas.

Figura 7**INSTALACIONES DE AGUA Y PLAYA**

Nota: El cuadro muestra las instalaciones de agua y playa por R. Ibáñez y C. Cabrera, 2011, pág. 185.

2.2.3.2. De montaña

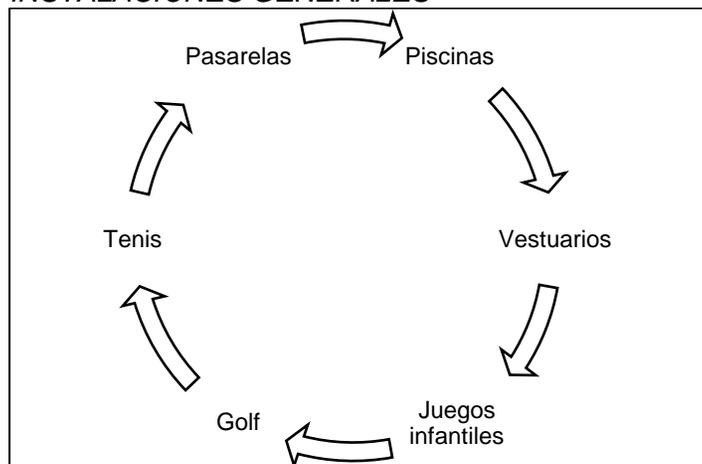
Las instalaciones de montaña deben estar equipadas de manera que estas se encuentren en correcto mantenimiento y funcionamiento, ya que algunos al encontrarse en la intemperie tienden a dañarse o deteriorarse, a continuación, se mencionan algunos de dichos elementos:

Figura 8**INSTALACIONES DE MONTAÑA**

Nota: El cuadro muestra las instalaciones de montañas por R. Ibáñez y C. Cabrera, 2011, pág. 185.

2.2.3.3. Generales

Las instalaciones generales son de apoyo o complemento para las actividades turísticas que se desarrollan en el ámbito turístico.

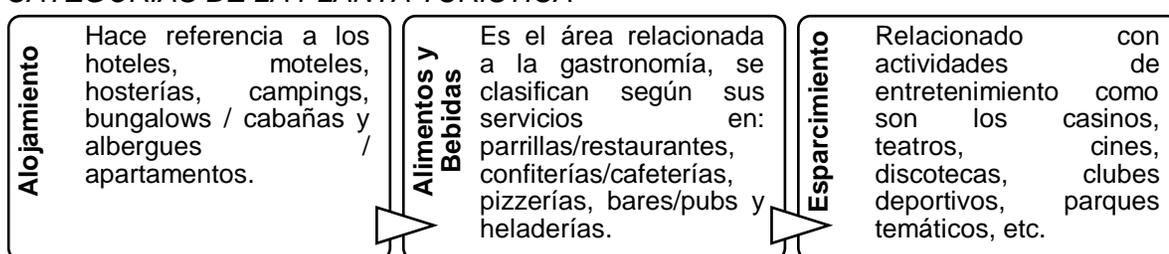
Figura 9**INSTALACIONES GENERALES**

Nota: El cuadro muestra las instalaciones generales por R. Ibáñez y C. Cabrera, 2011, pág. 185.

En otra de las teorías dictadas por el autor, Cerón (2018) la planta turística incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos, en la figura siguiente se detalla parte de sus conceptos y las categorías definidas.

Figura 10

CATEGORÍAS DE LA PLANTA TURÍSTICA

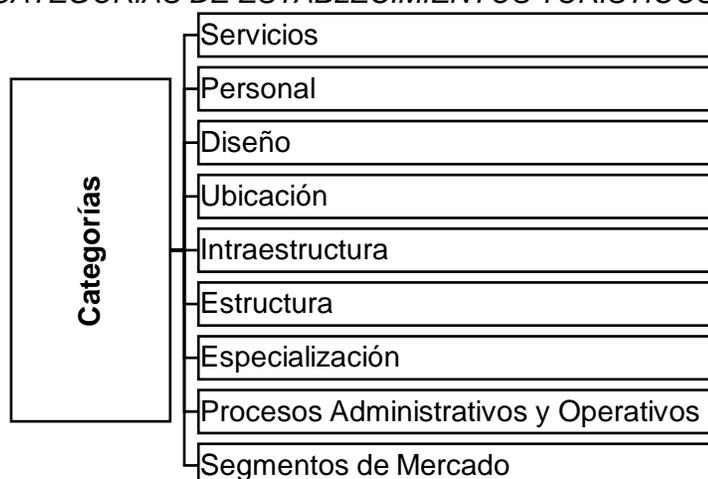


Nota: El gráfico representa las categorías por Cerón, 2018, pág. 17.

Es necesario mencionar también que la planta turística está conformada por varias categorías, las cuales ayudan a establecer las diferentes directrices para el correcto funcionamiento de los establecimientos. Las categorías a estudiarse son:

Figura 11

CATEGORÍAS DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS



Nota: El cuadro indica las categorías que son direccionadas para cada establecimiento, por Flores, 2012, pág. 5.

2.2.4. Clasificación de la Planta Turística en Ecuador

Al hablar de la clasificación de la planta turística del Ecuador, se hace énfasis a varias actividades, clasificaciones y categorías que identifican los diferentes servicios ofertados en varias ciudades del país; sin duda alguna Ambato cuenta con la gran mayoría de las mismas, las cuales son direccionadas y gerenciadas por la empresa privada.

Cada una de las actividades, clasificaciones y categorías de la presente tabla están reguladas por el Ministerio de Turismo y entidades competentes de la ciudad de Ambato, el cual luego de la respectiva indagación y calificación es capaz de otorgar dicha mención para su funcionamiento.

Es importante hacer una comparación de la tabla de clasificación de la planta turística de Ecuador con lo encontrado en las diferentes bibliografías de planta turística, así se verificará como las diversas clasificaciones toman forma de acuerdo con lo existente en cada región y como cada entidad competente lo califica ante los diferentes turistas que visitan la zona.

La siguiente tabla desarrollada con información actualizada, identifica como maneja el Ministerio la Industria del Turismo Ecuatoriano.

Tabla 2

CLASIFICACIÓN DE LA PLANTA TURÍSTICA DE ECUADOR

ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN
Alimentos y Bebidas	Bar Cafetería Discoteca Fuente de Soda Peña Plazas de Comida Restaurante Salas de Baile
Alojamiento	Campamento Turístico Casa de Huéspedes Hacienda Turística Hostal Hostería Hotel Lodge Refugio Resort
Centro de Turismo Comunitario	Centro de Turismo Comunitario
Intermediación	Centro de Convenciones Organización de Eventos, Congresos y Convenciones Sala de Recepciones y Banquetes
Operación e Intermediación	Agencia de viajes dual Agencia de viajes internacional Agencia de viajes mayorista Operador turístico
Parques de Atracción Estables	Bolera Centro de Recreación Turística Hipódromo Pista de Patinaje Termas y Balnearios
Transporte Turístico	Transporte Marítimo y Fluvial Transporte Terrestre Transporte Aéreo

Nota: En la tabla se presenta como se clasifica la Planta Turística del Ecuador, Ministerio de Turismo, 2019.

2.3. Turismo de Romance

2.3.1. Historia del Turismo de Romance

El turismo de romance nace en México en el año 2011 luego de un análisis por parte de investigadores de SECTUR, los cuales logran verificar que varias cifras de

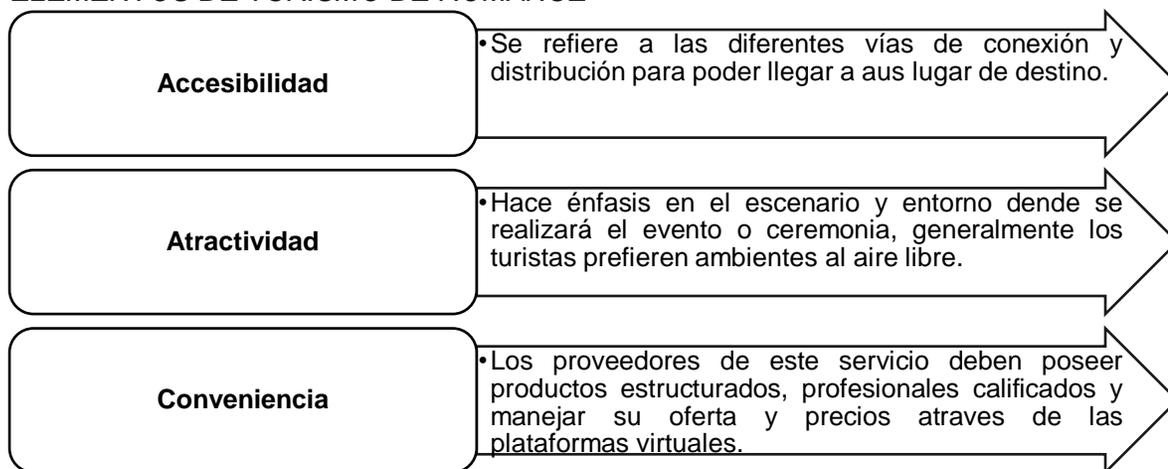
turistas optan por la realización de sus eventos fuera de su país de origen, buscando originalidad, magia y encanto para que así su boda, luna de miel, despedida de soltero u otros queden marcados en el recuerdo propio, de familiares y amigos.

Al hablar del nacimiento de un nuevo segmento se debe considerar también el alto impacto económico que dicho lugar puede recibir, la gran cantidad de necesidades que exige el turista genera que la localidad que oferta dicho turismo busque proveedores en gran cantidad, generalmente para el desarrollo de este segmento se necesitan de 14 a 40 prestadores de servicios.

La SECTUR representa este segmento como Turismo de Romance y añade los siguientes subsegmentos que son, (entre otros):

- a)** Bodas de Destino
- b)** Luna de miel
- c)** Despedida de Solteros
- d)** Entrega de anillos
- e)** Viajes de aniversario

El Turismo de Romance al ser un negocio nuevo dentro del mercado, ha planteado ciertos elementos que contribuyen y dan provecho al lugar donde se lo aplique, dichos ítems son los siguientes:

Figura 12*ELEMENTOS DE TURISMO DE ROMANCE*

Nota: El cuadro indica los elementos que contribuyen al turismo de romance por Secretaria de Turismo, 2015.

2.3.2. Origen del Turismo de Romance

Si bien es cierto el turismo con el paso de los años ha ampliado notablemente su clasificación, los visitantes buscan arduamente lugares que les puedan brindar experiencias únicas, nuevas y novedosas en las diferentes actividades que realizan, por lo que su boda, luna de miel o aniversario no es la excepción. Debido a estas exigencias, la importancia de partir desde los conceptos básicos de turismo es fundamental, ya que es necesario conocer a raíz de que clasificación se origina y como con el paso del tiempo esta tipología de turismo va ganando mercado, a continuación, se presenta tres conceptos básicos.

Figura 13**CLASIFICACIÓN DEL TURISMO**

Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Son diversas actividades que suelen realizar las personas en viajes o estadias en lugares completamente diferentes a su lugar habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros (OMT, 2011, pág. 46)
Turismo Alternativo	<ul style="list-style-type: none"> • Son actividades que se realizan directamente en la naturaleza, dentro de esta clasificación el turista se envuelve en las manifestaciones culturales del lugar visitado, comprometiéndose a aprender, participar y respetar los recursos encontrados. (SECTUR, 2014)
Turismo de Romance	<ul style="list-style-type: none"> • Son parejas que viajan para celebrar un motivo especial en su vida en compañía de sus seres queridos y amigos (Secretaría de Turismo, 2015)

Nota: El cuadro indica varios puntos de vista sobre la clasificación del turismo tomada por varios autores.

Al ser el turismo de romance una clasificación bastante cambiante de acuerdo con los gustos y necesidades del cliente, Cerón (2018) en su publicación menciona ciertos tipos de turismo, los cuales desempeñan un papel importante para el desarrollo del mismo, a continuación, se detallan cuáles son y su definición:

El turismo de romance es muy cambiante, este como tal puede enfocarse en todos los tipos de turismo para la proyección de eventos con diferentes temáticas y lugares, a continuación, se presenta los tipos de turismo alternativo en el cual puede el turismo de romance verse inmerso (págs. 15-16)

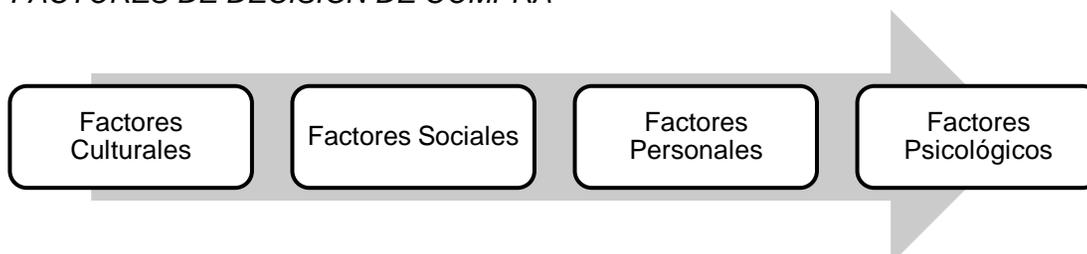
Figura 14*TURISMO ALTERNATIVO INMERSO EN EL TURISMO DE ROMANCE*

<p>Turismo Cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los visitantes pueden conocer otras culturas y su identidad además de admirar los bienes de patrimonio cultural que estos poseen.
<p>Turismo Rural</p> <ul style="list-style-type: none"> • El visitante llega a formar parte de la comunidad visitada, en donde realiza actividades cotidianas tales como preparación de alimentos, elaboración de artesanías, aprende del uso de plantas medicinales, ayuda en las cosechas, conoce más a fondo la lengua nativa y percibe y aprecia sus creencias.
<p>Agroturismo</p> <ul style="list-style-type: none"> • El turista experimenta la vida campesina, ya que se vincula con las labores del campo tanto en la siembra como en la cosecha, además de visualizar como estas actividades contribuyen a las ganancias económicas.
<p>Ecoturismo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Son viajes turísticos responsables y amigables con el medio ambiente, los cuales ayudan a la conservación y protección del mismo.
<p>Turismo de Aventura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quienes se decidan por este turismo realizan actividades empleando los recursos ofertados por la naturaleza.

Nota: El cuadro indica la inmersión que tiene el turismo de romance dentro del turismo alternativo por Cerón, 2018, pág. 17.

2.3.3. Demanda Turística de Parejas

La demanda tal y como lo menciona Mamani (2016) en base a la OMT, es el conjunto de turistas ya sean individuales o colectivos que realizan la adquisición de ciertos productos o servicios turísticos a cambio de un valor determinado, los cuales están motivados por ciertas necesidades o deseos.

Figura 15**FACTORES DE DECISIÓN DE COMPRA**

Nota: El cuadro indica los factores que el comprador toma en cuenta al momento de adquirir algún producto tomado por P. Kotler, J. Bowen & J. Makens, 2015, pág. 159.

- a) Cultural: Para el presente ítem se considera las preferencias de Turistas que visitan la ciudad de Ambato, generando como resultado gustos enfocados en los sitios tanto naturales como culturales de la localidad.
- b) Sociales: Dentro de este ámbito se determina el estrato social característico del Turismo de Romance, los cuales son trabajadores solteros y casados que ejerzan cargos públicos o privados con salarios superiores a lo establecido por la ley, lo cual permite la adquisición de servicios propios de esta clasificación turística.
- c) Personales: Utiliza los datos proporcionados por las entidades responsables de la Dirección de Turismo de cada localidad, en el caso de Ambato se determina que el rango de edad de los visitantes oscila entre los 30 y 64 años; los cuales laboran en áreas tanto públicas como privadas dando preferencia a lugares fuera de su ambiente convencional para la realización de eventos.
- d) Psicológicos: La condición determinante dentro de esta característica propia en la decisión de compra del consumidor, se la genera según la necesidad del cliente, pues al ser un evento especial, él mismo busca que todas las actividades a realizarse salgan a la perfección, no se establecen indicadores específicos

debido a que cada evento depende del gusto y la preferencia de los homenajeados, de sus creencias, culturas y percepciones.

2.3.4. Características de parejas que optan por el Turismo de Romance

Actualmente varias son las parejas que toman la decisión de celebrar un acontecimiento importante en un destino diferente al de su lugar de origen o residencia, buscan naturaleza, cultura, arquitectura o simplemente escenarios diferentes para que sean testigos de momentos únicos y especiales en su vida. Cerón (2018-2019), menciona que:

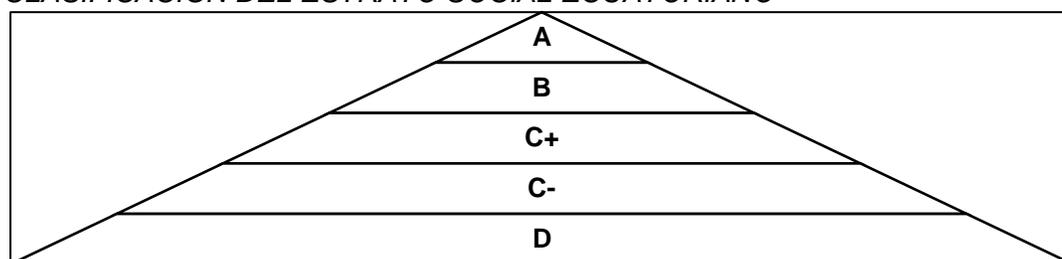
Las nuevas preferencias internacionales conocidas como el mercado del amor son: Las personas necesitan amar y sentirse amadas, para emocionarse que pertenecen a un grupo interno de la comunidad, intercambiando amor y aprobación. La persona por medio de los viajes logra manifestar las relaciones interpersonales, socializar, y dar y recibir amor. Esto permite establecer a las agencias de viajes productos turísticos orientados a socorrer estas necesidades a segmentos que buscan estos viajes de unificación. La satisfacción depende de la capacidad de elaborar paquetes innovadores, operar conforme la escenografía y montajes necesarios para realizar experiencias inolvidables (págs. 17-18).

Gracias a la información citada y dada anteriormente, el Turismo de Romance puede ser estudiado actual y posteriormente, sin lugar a duda esta clasificación tiene un futuro prometedor no solo dentro del Ecuador, sino a nivel mundial, generando así grandes ingresos económicos para las diferentes naciones.

Al hablar de las características de las parejas que optan por Turismo de Romance, es importante considerar también aspectos como el estrato social y las edades promedio de quienes buscan que su evento fuese de otro nivel. Ecuador clasifica a los estratos sociales partiendo desde el nivel educativo de la cabeza del hogar, la posesión de bienes y la afiliación al seguro privado; a continuación, se detalla la tabla de clasificación vigente:

Figura 16

CLASIFICACIÓN DEL ESTRATO SOCIAL ECUATORIANO



Nota: El grafico indica los diferentes niveles de los estratos sociales. Tomado de INEC 2010.

Para el desarrollo del Turismo de Romance se puede utilizar toda la clasificación de la pirámide, ya que, al poseer una planta turística muy variada, la selección de proveedores está al alcance de todo bolsillo, es importante mencionar que para el desarrollo de actividades dentro de esta clasificación de Turismo se requiere de la contratación de al menos 12 proveedores de los cuales varían entre: alojamiento, alimentos y bebidas, eventos y banquetes, agencias de viajes, entre otros.

En lo que a edades respecta, se puede manifestar un indicador inicial, el cual, según investigaciones realizadas anteriormente, tal como lo manifiesta Cerón (2018) las parejas deciden realizar un evento a partir de los 25 años por factores diversos a su

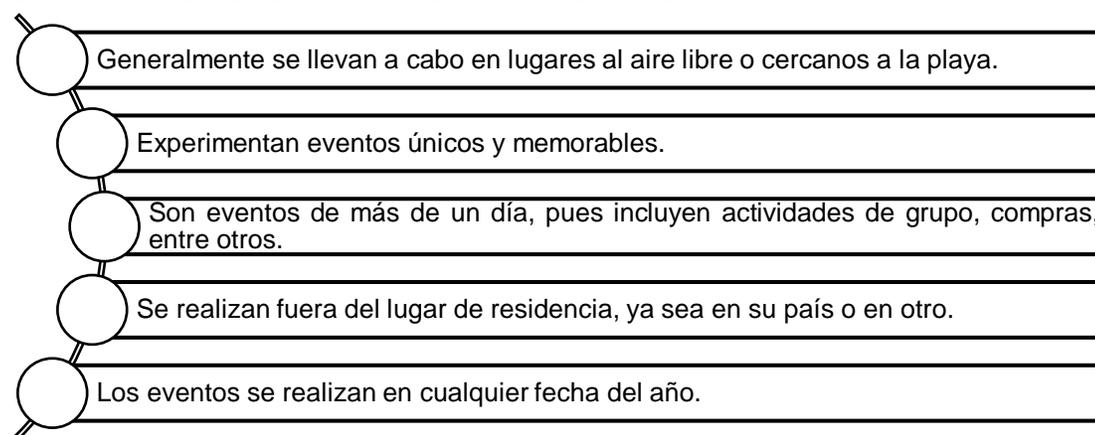
voluntad. El límite de edad es impredecible saber debido a que eventos como renovaciones de votos se celebran a partir de los 60 años de edad.

2.3.5. Gustos y preferencias en el Turismo de Romance

Basado en los estudios realizados por la SECTUR en México se puede destacar ciertas peculiaridades importantes para los amantes de este segmento, a este país se lo ha considerado como modelo a seguir dado que maneja de manera espontánea esta actividad, por ello se consideró varios de sus resultados para el presente marco teórico, a continuación, se detallan los siguientes:

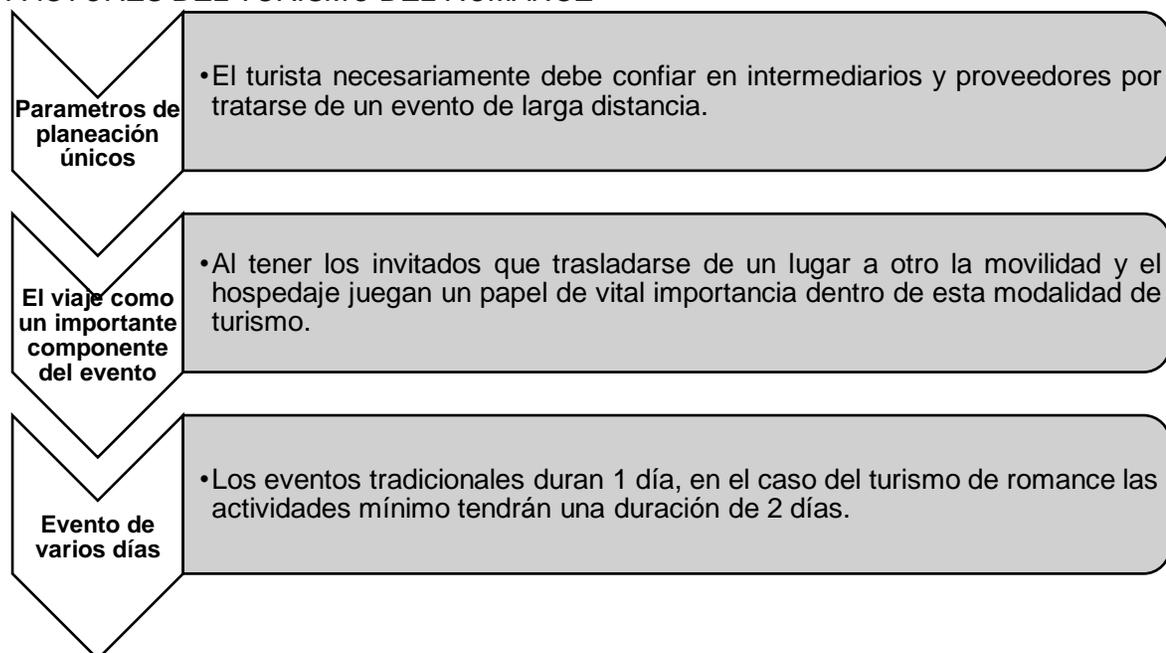
Figura 17

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO DE ROMANCE



Nota: El gráfico indica las principales características que tiene el Turismo de romance. Tomado por Secretaria de Turismo, 2015.

Como toda marca diferenciadora, el turismo de romance también impone un estilo único y memorable a la hora de realizar sus actividades, siendo estas de carácter propio, original y moderno, adecuado para así satisfacer los deseos y necesidades de cada uno de sus seguidores. Los siguientes puntos detallan los factores que hacen de este turismo algo extraordinario y novedoso:

Figura 18**FACTORES DEL TURISMO DEL ROMANCE**

Nota: El gráfico indica los principales factores que tiene el Turismo de romance, por Secretaria de Turismo, 2015.

2.3.6. Importancia del Turismo de Romance

El turismo de romance en la actualidad se ha consolidado de una manera impresionante, ya que ha ganado mercado, ofreciendo un marco perfecto para todas las etapas de la vida romántica, no solo el momento de la boda sino todo lo que conlleva este acto. Se ha vuelto una ventaja competitiva para los prestadores de servicio y que toca la vida de miles de personas que persiguen un sueño que culmina en una Boda de destino o una actividad relacionada con este nicho de mercado.

La importancia del turismo de romance radica en que da a conocer todos los escenarios naturales posibles y brinda una estabilidad para las economías locales, fomentando el consumo y generando una imagen positiva de los destinos más

populares del sitio que elijan, haciendo del mercado turístico más accesible para las segmentaciones de mercados.

El área turística mantiene una gran cadena de trabajo a nivel mundial, beneficiando en gran medida a las empresas que trabajan en este tipo de eventos, sus proveedores, y todas las personas involucradas en el tema.

2.3.7. Eventos que abarca el Turismo de Romance

Luego de haber detallado algunas características propuestas por la SECTUR propias del tema mencionado, es importante destacar también cuáles son los eventos que abarca el turismo de romance, puesto que al ser una clasificación reciente pocas personas conocen realmente a lo que se dedican a realizar los servidores que aportan a esta parte del turismo.

Figura 19



Nota: El gráfico indica los principales eventos que tiene el Turismo de romance por Secretaria de Turismo, 2015.

2.3.8. Conceptualización de eventos

Con base a la Figura 19, a continuación, se define cada uno de los eventos que se encuentra inmiscuido dentro del turismo de romance.

- a) **Pedidas de mano:** Say (2008) manifiesta que las pedidas de mano “Pueden conceptualizarse como aquella manifestación de súplica y reflexión que tiene como significado sensibilizar la decisión de la vida misma de la novia, primero para ser novios y posteriormente para casarse” (pág. 7).
- b) **Despedidas de solteros:** Una despedida de soltero se encuentra enfocada en una reunión o fiesta que realizan un grupo de amigos o familiares de la persona próxima a contraer nupcias con el fin de guardar un último recuerdo en calidad de soltero o soltera, este tipo de eventos puede contener una infinidad de servicios, siendo los más comunes los shows en vivo, juegos temáticos, bocaditos, bebidas e incluso regalos para la futura pareja.
- c) **Bodas de destino:** En su investigación Montse (2018) menciona con total claridad que:

El turismo de bodas o bodas-destino se caracteriza porque se trata de una boda en la que los novios se casan durante un viaje que deciden compartir con sus invitados. Se trata de una boda que se realiza fuera de la ciudad donde la pareja reside habitualmente y en la que los amigos y familiares tienen que desplazarse. Este tipo de viaje incluye también actividades en grupo o servicios de spa, visitas o compras además de la propia boda en sí (pág. 9)

- d) Lunas de miel:** Winchester, Winchester, & Alvey (2011) en su conferencia Anzmac mencionan que: “Se refiere a las vacaciones que realizan los novios recién casados para celebrar su matrimonio y compromiso de vida juntos”
- e) Familymoons:** Este término se establece cuando uno de los novios o ambos en sí tienen hijos y estos forman parte de la boda de destino o de la luna de miel.
- f) Babymoos:** Es una celebración realizada por parte de los padres familiares o amigos de una pareja que ha concebido un bebé.
- g) Aniversarios:** Bejarano (2011) manifiesta que: “Un aniversario es la fecha en que se cumple un número de años exacto desde un suceso importante o el inicio de un proyecto común” (pág. 74).
- h) Renovación de votos:** Como su nombre lo indica, consiste en una ceremonia la cual tiene como objetivo renovar las promesas matrimoniales hechos al momento del matrimonio, este tipo de ceremonia puede o no ser religioso y puede ser celebrado de diferentes maneras como por ejemplo viajes o reuniones en fechas u ocasiones especiales para la pareja.

2.3.9. Turismo de romance en Ecuador

Según Muszynski (2018) menciona lo siguiente:

Ecuador, por ejemplo, también quiere subirse al carro del turismo de bodas de destino, y bajo el eslogan "Ecuador es amor", promoviendo de esta manera la visita de sitios naturales y culturales, en trabajo con la empresa tanto pública como privada. Según palabras de Carlos Larrea Crespo, viceministro de Turismo, la industria del turismo de bodas “se ha puesto en acción” con gente “muy preparada” en temas de gastronomía, decoración o sobre destinos para la

luna de miel. Según el viceministro, “Tenemos tantos escenarios, tan diversos, tanto en la Costa como en la Sierra, Amazonía y en Galápagos, es efectivamente un lugar perfecto para que se desarrolle todo tipo de turismo de romance”. (pág. 18).

El turismo de romance en el país se está desarrollando de manera que más parejas optan por estos escenarios para realizar un evento romántico sea cual sea, además que se ha vuelto tendencia en gran parte de la nación.

2.3.10. Ecuador destino para el romance

Ecuador es un país romántico, su naturaleza es rica e invita a la relajación es por este motivo que ya ha sido escogido por la Asociación de Consultores de Bodas como un destino de bodas y eventos, es la organización Wedding Planners más importante del mundo desde 1955, y debido a eso actualmente existe una demanda según lo informa el Ministerio de Turismo y en efecto este sector representa más de 28 billones de dólares anuales, entonces Ecuador es ideal para las parejas que deseen realizar su celebración.

“Ecuador is love” fue una campaña que presento el Ministerio de Turismo en el año 2018 conjuntamente con empresas privadas y públicas, para darse a conocer internacionalmente, ya que el país está en los favoritos para este segmento de turismo, y esto generara oportunidades e ingresos para la economía nacional y todos aquellos que estén involucrados en el desarrollo de este tipo de eventos.

La Secretaria de Estado apoya cada iniciativa que permite mostrar a Ecuador como un lugar perfecto para el desarrollo de estos eventos de talla internacional, así

también el país busca ubicarse como ideal para el desarrollo del turismo de romance y la planificación de eventos sociales como bodas, lunas de miel e incontables eventos vinculados al amor.

2.4. Marco Legal

En los últimos años, Ecuador ha logrado un desarrollo turístico notorio a nivel mundial, gracias a las diferentes estrategias para fomentar y posicionarse como un destino, hoy en día se puede mencionar que el turismo es uno de los puntales socioeconómicos más importantes dentro de nuestro país, por tal razón es importante también conocer y mencionar cuáles son las entidades que regulan y dan cumplimiento a los diferentes reglamentos para el desarrollo de actividades turísticas.

Figura 20

ENTIDADES DE REGULACIÓN TURÍSTICA



Nota: El cuadro representa el organigrama nacional y cantonal de las entidades de regulación turística del Ecuador por Ministerio de Turismo, 2020.

Al determinar el marco legal al cual está sujeto nuestro país, se puede conocer como está dirigida la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico, así

como también las potestades del Estado y las obligaciones y derechos tanto de prestadores como de usuarios. En los siguientes apartados se detallan los artículos concernientes a la actividad turística en Ecuador.

- a) Reglamento General de Actividades Turísticas:** Dentro del presente reglamento se puede constatar los diferentes artículos que hacen énfasis a varios temas, tales como: leyes vigentes para el alojamiento y agencia de viajes, bolsa internacional de turismo, registros para licencias anuales de funcionamiento, ecoturismo y sostenibilidad, capacitación turística y finalmente tramites y políticas de Estado.

Tabla 3

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS

ARTÍCULOS	Definición
ART. 205.- POLÍTICA PRIORITARIA DE ESTADO	Se declara como política prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; acción que se cumplirá mediante la ejecución de los postulados que se detallan en la ley.
ART. 206.- MANTENIMIENTO DEL MINISTERIO DE TURISMO	El Gobierno Nacional mantendrá dentro de su estructura organizativa ministerial al Ministerio de Turismo, como entidad que promueva, facilite y norma la actividad turística a nivel nacional.
ART. 214.- DECLARATORIA DE INTERÉS TURÍSTICO	El Ministerio de Turismo declarará las zonas, centros y demás lugares que tengan interés turístico, así como las actividades turísticas prioritarias a los intereses nacionales y los proyectos de gran importancia al desarrollo del turismo del país.

Nota: La tabla indica los artículos que rigen las actividades turísticas dentro del territorio nacional, elaborada en base del Ministerio de Turismo. (7 de septiembre de 2011)

- b) Reglamento General a la Ley de Turismo:** Los artículos propuestos en el presente apartado mencionan las jurisdicciones encargadas del manejo y control de las actividades turísticas, las obligaciones y deberes de los gobiernos

descentralizados, procedimientos para la prestación de servicios por parte de la iniciativa privada, proyectos dentro de áreas turísticas protegidas y finalmente disposiciones generales a la ley de turismo.

Tabla 4

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO

ARTÍCULOS	Definición
ART. 42.- ACTIVIDADES TURÍSTICAS	Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes: a) Alojamiento; b) Servicio de alimentos y bebidas; c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y, f) Casinos, salas de juego (bingo - mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.
ART. 76.- DE LA PROMOCIÓN	Con el objeto de consolidar la identidad e imagen turística del Ecuador en el ámbito nacional e internacional, el Ministerio de Turismo dictará las políticas y el marco referencial a efectos de posicionar al país como destino turístico.

Nota: La tabla indica los artículos que rigen las actividades turísticas dentro del territorio nacional, en base a Ministerio de Turismo, 2015.

c) Facultades a Gobiernos Autónomos: En el marco del desarrollo de actividades turísticas los siguientes artículos mencionan cuáles son las actividades a desarrollarse por parte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados tanto

provinciales, cantonales y parroquiales de los diferentes sectores del país con base a la situación turística.

Tabla 5

FACULTADES A GOBIERNOS AUTÓNOMOS

ARTÍCULOS	DEFINICIÓN
ART. 1.- OBJETO	El objeto de la presente resolución consiste en regular las facultades y atribuciones de los gobiernos autónomos descentralizados municipales, metropolitanos, provinciales y parroquiales rurales, respecto al desarrollo de actividades turísticas, en su circunscripción territorial.
ART. 9.- FACULTADES DE LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS MUNICIPALES Y METROPOLITANOS	En el marco del desarrollo de actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos, en su respectiva circunscripción territorial, el ejercicio de las facultades de planificación cantonal, regulación cantonal, control cantonal y gestión cantonal, en los términos establecidos en esta resolución y la normativa nacional vigente.
ART. 14.- FACULTADES DE LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS PROVINCIALES	En el marco del desarrollo de actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados provinciales, en su respectiva circunscripción territorial y en el ámbito de la competencia de fomento de las actividades productivas y agropecuarias, el ejercicio de las facultades de planificación provincial, regulación provincial y gestión provincial, en los términos establecidos en esta resolución y la normativa nacional vigente.

Nota: La tabla indica los artículos que respaldan la autoridad turística a los diferentes Gobiernos Autónomos Descentralizados por el Ministerio de Turismo, 2016.

CAPÍTULO III

ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1. Metodología de la Investigación

En el presente capítulo se desarrolla la metodología, la cual es considerada como la agrupación de pasos, técnicas y procedimientos que son aplicados al momento de formular y dar una solución a diferentes problemas a través de la verificación de la hipótesis planteada. Por tal motivo y dada la importancia de la línea de investigación a continuación se detalla el esquema metodológico a utilizarse en el presente trabajo.

Figura 21

ESQUEMA METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN

Enfoque	<ul style="list-style-type: none"> • Cuantitativo • Cualitativo
Modalidad de Investigación	<ul style="list-style-type: none"> • De campo • Bibliográfica - Documental • Experimental
Nivel de Investigación	<ul style="list-style-type: none"> • Exploratorio • Descriptivo • Explicativo
Población y Muestra	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Muestra

Nota: El cuadro muestra la manera en desarrollarse la metodología de la investigación, por L. Herrera, A. Medina, G. Naranjo, 2010, pág. 85.

3.2. Enfoque de la Investigación

Enfoque Cuantitativo

Es aquel que se basa en los datos obtenidos para comprobar una hipótesis a través de la medición numérica y el análisis estadístico; teniendo como fin implantar pautas de comportamiento y probar teorías. El enfoque cuantitativo tiene como objeto dejar indicios o resultados para que futuras investigaciones puedan replicarlos.

(Hernández R. , 2014, págs. 4-6)

En lo que a la investigación de turismo de romance respecta, el enfoque cuantitativo sobresale cuando se logra obtener el número de establecimientos de la planta turística a analizar.

Enfoque Cualitativo

Es un enfoque que no utiliza medición numérica, más bien hace uso de la recolección y el análisis de datos para así pulir las diferentes preguntas de la investigación e indicar novedades en el proceso de interpretación. Los criterios de los investigadores dentro de este enfoque son totalmente válidos y de gran aportación para los resultados finales. (Hernández R. , 2014, págs. 7 - 9)

En este ámbito, se puede mencionar que el enfoque cualitativo dentro de esta investigación será aplicable al momento de analizar la situación de los diferentes establecimientos de estudio.

3.3. Modalidades de Investigación

De campo

Tal y como lo menciona Arias (2012) es una modalidad que “Consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes” (p. 31).

De campo, debido a que la obtención de los datos se realizará mediante las visitas a cada uno de los establecimientos, los cuales serán objeto de estudio y donde posiblemente se pueda ofertar este servicio, para así conocer mediante entrevista directa los datos relevantes de cada uno de los establecimientos.

Bibliográfico – Documental

Varias son las definiciones de la modalidad de investigación documental, sin embargo, se considera la más entendible, la descrita a continuación:

Es un proceso que se basa en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas, con el propósito de aportar nuevos conocimientos. (Arias, 2012, pág. 28)

Bibliográfico, ya que se realizará una profunda búsqueda de artículos científicos, libros, tesis y ponencias referentes a turismo de romance, de los cuales solo se comentan en este trabajo los más relevantes y representativos, en la cual se obtuvo

conocimiento de las diversas actividades turísticas propias, pertinentes y necesarias para el trabajo de investigación.

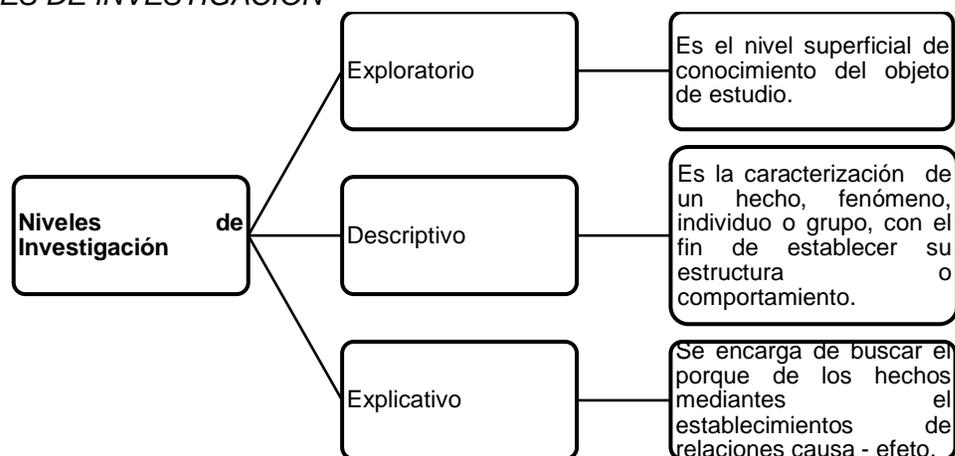
Experimental

La modalidad de investigación experimental es definida por Arias (2012) como “un proceso que consiste en someter a un objeto o grupo de individuos, a determinadas condiciones, estímulos o tratamiento (variable independiente), para observar los efectos o reacciones que se producen (variable dependiente)” (pág. 34).

Se toma la modalidad experimental para la investigación, debido a que una muestra perteneciente a la planta turística será sometida a un instrumento de evaluación para posteriormente obtener resultados que ayuden al desarrollo de la propuesta haciendo hincapié en el Turismo de Romance.

3.4. Nivel de Investigación

Según Arias (2012), el nivel de investigación comprende tres escalas de vital importancia para el desarrollo metodológico de una investigación tal y como se presenta a continuación:

Figura 22**NIVELES DE INVESTIGACIÓN**

Nota: El cuadro indica los niveles que tiene la investigación para poder ser desarrollada. por F. Arias, 2012, pág. 85

3.5. Población y Muestra**Variable Dependiente: Planta Turística**

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizará un muestro probabilístico, ya que permitirá conocer la probabilidad que cada individuo tiene de ser incluido en la muestra al azar.

Muestreo Aleatorio Simple garantiza que todos los individuos que componen la población tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra. Esta significa que la probabilidad de selección de un sujeto a estudio es independiente de la probabilidad que tienen el resto de los sujetos que integran o forman parte de la población. (Otzen & Manterola, 2017, pág. 3)

En lo que respecta a la planta turística se tomó en cuenta a la población total registrada en el Catastro Actualizado Público General que fue otorgado por la Dirección

de Turismo de la ciudad de Ambato, la cual consta de 617 establecimientos pertenecientes a las diferentes categorías del mismo.

Para la muestra se tomará en cuenta solo a los establecimientos de Alojamiento, Alimentos y Bebidas, Intermediación, Operación e Intermediación, Parque de Atracción Estable y Transporte Turístico, los cuales pueden ser visualizados en la siguiente tabla.

Tabla 6

DETERMINANTES DE LA MUESTRA

Determinantes	Valores
N = Tamaño de la población	617
P = PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	50% = 0.5
Q= PROBABILIDAD DE NO OCURRENCIA	(1-P)
z = Nivel de Confiabilidad	90% = 1.65

Nota: La presente tabla indica el cálculo de la muestra para la aplicación de las encuestas a la población

Fórmula

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

$$= \frac{(1,65)^2 (617) (0,50) (0,50)}{(617 - 1) 0,10^2 + 1,65^2 (0,50) (0,50)}$$

$$n = 61$$

Tabla 7*MUESTREO ALEATORIO SIMPLE*

ACTIVIDAD	Número de Establecimientos	Porcentaje	Número de entrevistas
Alimentos y Bebidas	458	74%	45
Alojamiento	76	12%	7
Intermediación	32	5%	3
Operación e Intermediación	33	5%	3
Parques de Atracción Estables	15	3%	1
Transporte Turístico	3	1%	1
TOTAL	617	100%	61

Nota: La tabla presentada indica el número de establecimientos que se tomó en cuenta, por Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2020.

A continuación, se detalla la muestra:

Tabla 8*MUESTREO TOTAL*

Alojamientos	
Hotel La Kapital	
Hotel Florida	
Hotel Mary Carmen	
Hostería Quinta Loren	7
Hotel Ambato	
Hotel Emperador	
Roka Plaza	
Alimentos y bebidas	
Parrilladas Ilusiones	
Abaka, Gallinas de Pinllo	
Pollos D'campo	
La Cigarra Pizzería	
Restaurante El Álamo	
Marcelo's Restaurante	
Alis Parrillada	45
MM Wings	
Candies Al Fogu	
The Grant Restaurant	
Juanchos Grill	
Ruta 86	
Kokoro Sushi	

MM Marisquería	
Delicias del Mar	
Cocina al Horno	
Cafetería El Sabor	
Cafetería Ponche Suizo	
Oasis Cafetería	
Cafetería Espigal	
Crema Brulee Chocolatería	
La Fornace	
La Fuente	
Choko Banana	
Conquistador	
Oveja Negra	
Rohó	
Liv Concert Club	
Kopy Club Gold	
Infiernos	
Imperio Club	
Ice Club	
Tierra Canela VIP	
Cowboy	
Mi Ex	
Bambú	
Bongos	
QB Bar Lounge Break	
El Bosque Resto Bar	
Urbano Hard Rock	
La Riviera	
Elektro Acustiko	
The Bears HOUSE BAR	
Thrasher Bar	
Saxon Pub Pericos	
Intermediación	
Quinta Mirador de Leo	
El Torreón de la Península	3
Fénix Events	
Operación e Intermediación	
Mulvitur	
Mundo Aéreo Ticket & Tour	3
Primiun Travel	
Parques de Atracción Estables	
El Paraíso	1
Transporte	
Cotullari S.A	1
Total	61

Nota: Los establecimientos tomados del catastro para la entrevista correspondiente.

Dado que el número de establecimientos de la planta turística es relativamente grande, se trabajará con lo detallado, verificando de esta manera cuáles pueden ofertar y fomentar de manera adecuada el turismo de romance.

Variable Independiente: Turismo de Romance

La población como tal es el conjunto de elementos que presentan características similares dentro de una investigación, las cuales de no ser delimitadas por el problema y por sus objetivos, generarían que las conclusiones resultantes sean excesivamente amplias e inconcretas.

Dentro de ese marco, al hablar de la variable independiente o Turismo de Romance y enfocarlo como demanda turística, es importante tomar en cuenta datos etarios de los ciudadanos de Ambato como el enfoque principal, ya que según la Ley Ecuatoriana las personas mayores de edad ya pueden realizar actividades amparadas por la ley, tal como contraer matrimonio, por ello se considera a las personas a partir de los 18 años de edades propicias para la investigación. Dicho esto, se presenta la siguiente tabla detallando la población a utilizar, tomando como fuente al Sistema Nacional de Información, en el apartado de Proyecciones Referenciales a Nivel Cantonal por Grupo de Edad 2010 – 2020.

Tabla 9

PROYECCIÓN ETARIA 2020

Ciudad	Total
Ambato	252 426

Nota: La tabla en cuestión indica a los ciudadanos ambateños mayores de 18 años por la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017).

Por consiguiente, después de establecer la población a sabiendas de que son datos finitos, se procede al desarrollo de la fórmula para establecer el número de encuestas a realizarse en la ciudad de estudio, especificando el significado de cada determinante y su valor.

Tabla 10

DETERMINANTES DE LA MUESTRA

Determinantes	Valores
N = Tamaño de la Muestra	252 426
S = Desviación Estándar	0.5
e = Error Muestral	0.05
z = Nivel de Confiabilidad	1.96
% Confiabilidad	95%

Nota: La presente tabla indica el cálculo de la muestra para la aplicación de las encuestas a la población. Esta tabla es de elaboración propia.

Fórmula

$$n = \frac{Nz^2S^2}{e^2(N-1) + z^2S^2}$$

$$= \frac{(252\,426)(1.96)^2(0.5)^2}{(0.05)^2(252\,426 - 1) + (1.96)^2(0.5)^2} n = \frac{242429.9304}{632.0229}$$

$$n = 385$$

Una vez determinada la muestra, se procederá a la toma de información por medio de las encuestas realizadas al grupo antes mencionado, para posteriormente generar el análisis y la tabulación de datos, obteniendo así respuestas relevantes que sustenten la investigación.

3.6. Técnicas e Instrumentos

Son métodos aplicables para obtener información a través de las fuentes primarias y secundarias con sus respectivas técnicas e instrumentos, a continuación, se presenta la siguiente matriz basándose en Arias (2012) para una mejor comprensión del lector y desarrollo de la investigación.

Tabla 11

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

DISEÑO	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	
Diseño de investigación de campo	Encuesta	Oral	Guía de encuesta Grabador Cámara de video
		Escrita	Cuestionario
	Entrevista	Estructurado	Guía de entrevista Grabador Cámara de video
		No estructurado	Libreta de notas Grabador Cámara de video
Diseño de investigación documental	Análisis documental	Fichas Computadora y sus unidades de almacenamiento	
	Análisis de contenido	Cuadro de registro y clasificación de las categorías	

Nota: Esta tabla se elaboró en base a (Arias, 2012)

Es así que para la recopilación de datos se aplicará la encuesta a los diferentes establecimientos de la planta turística a través del cuestionario según las preguntas del cuadro de operacionalización, finalmente se efectuará las entrevistas a los principales entes de la planta turística y para el diseño de investigación documental se utilizará documentos tales como artículos relacionados con el objeto de estudio.

3.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Al hacer énfasis a las técnicas de procesamiento para los datos obtenidos, sin duda alguna se opta por la utilización de SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) el cual es un conjunto de herramientas que sirve para el tratamiento de datos de forma estructurada y organizada permitiendo así el análisis posterior.

Dicho esto, se utilizará el programa SPSS para el análisis de datos de las encuestas realizadas de cada variable, a partir de ello se tabulará e interpretará los resultados; estos instrumentos serán aplicados a los ciudadanos que cumplan con el requisito mencionado anteriormente para generar resultados confiables y fidedignos. Para complementar de manera precisa la investigación se realizará un análisis de índole inductivo – deductivo, que según Bernal (2010) “es un método inductivo algo que va de lo particular a lo general y deductivo en sentido contrario” (pág. 14) en la investigación se aplica ya que se relaciona con el objeto de estudio, proporcionando al final conclusiones generales del tema

En lo que respecta a la entrevista, una vez terminado el proceso de recolección de datos y de haber aplicado las fichas de las entrevistas a los diferentes gerentes o administradores de los establecimientos, se procederá a la interpretación de los datos obtenidos.

CAPÍTULO IV

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Para el desarrollo del diagnóstico situacional se presenta la siguiente estructura:

Tabla 12

ESTRUCTURA DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Análisis de la situación	Estudio del territorio
Desde la oferta	Infraestructura
	Equipamiento
	Recursos turísticos
Desde la demanda	Factores internos y externos que impactan en el comportamiento de compra de los usuarios

Nota: La tabla se elaboró en base a Castillo, 2012.

4.1. Análisis de la Situación

4.1.1. Desde la oferta

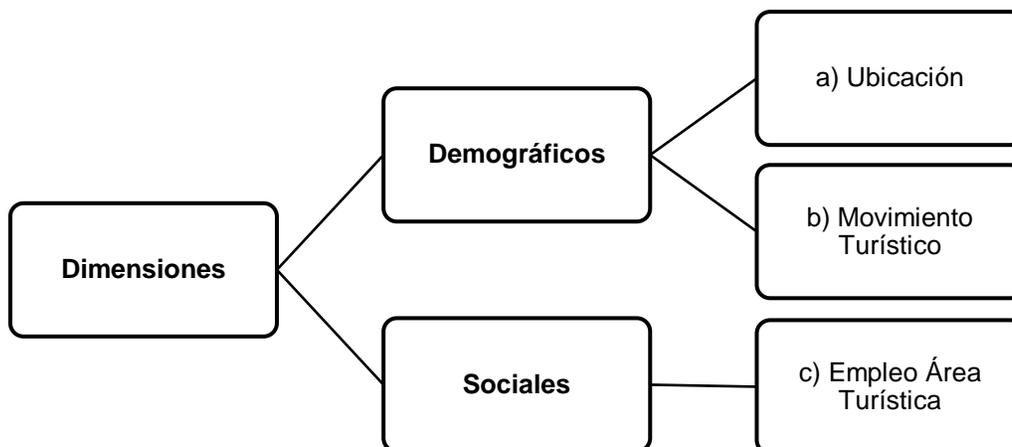
4.1.1.1. Estudio del territorio

Al hablar de turismo, Ambato, se ha caracterizado por presentar diversas alternativas para atraer mayor cantidad de turistas, sus atractivos naturales y actividades culturales han generado que la ciudad de los Tres Juanes proporcione estrategias de desarrollo altamente atractivas para sus visitantes; el fomento de un turismo de romance no sería la excepción, pero antes de inmiscuirse en dicha temática, es indispensable realizar un análisis social, conociendo así aspectos y factores importantes referentes al movimiento de la planta turística y al progreso del turismo en

general. A continuación, se presenta una matriz resumida de los aspectos a considerarse dentro de este análisis social.

Figura 23

ESTUDIO DEL TERRITORIO



Nota: El cuadro representa un resumen de los aspectos que se considera dentro del análisis social. Tomado de Covarrubias, 2015, pág. 15.

a) Ubicación

La ciudad de Ambato se encuentra ubicada en el centro del país, siendo esta la capital de la provincia de Tungurahua. Dado que se encuentra en la región interandina este cantón presenta una topografía muy variada, en la cual se puede hallar grandes montañas, planicies y valles idóneos para la producción agrícola. Gracias a la variedad geográfica que posee el cantón, dentro del mismo se puede encontrar gran diversidad de flora y fauna, siendo esta aceptada por propios y extraños. El ámbito cultural y gastronómico dentro de la ciudad no se queda atrás, las tradiciones de los diferentes pueblos y comunidades hacen de Ambato una ciudad con potencial turístico alto.

Al pertenecer a la provincia de Tungurahua, Ambato se encuentra en el centro de la serranía ecuatoriana, se caracteriza por ser un motor de gran actividad comercial en lo local como nacional, también es conocida como: “Ciudad de las Flores y de las Frutas”, “Cuna de los Tres Juanes”, “Ciudad Cosmopolita” y “Jardín del Ecuador”.

La arquitectura de la ciudad y la planta turística es medianamente nueva debido a las múltiples reconstrucciones por las que ha tenido que someterse gracias a los fuertes embates de la naturaleza, los diferentes movimientos telúricos presentados a través de la historia, devastaron Ambato en ciertas ocasiones, el último fue el terremoto del 05 de agosto de 1949, el cual acabo con la ciudad de Pelileo y afecto fuertemente a la ciudad capital. (H. Consejo Provincial de Tungurahua, 2015, pág. 10)

Pese a los diferentes acontecimientos por los que ha tenido que pasar la ciudad de Ambato, la misma ha surgido a todo el dolor de la historia, pues sus hijos han demostrado fortaleza, voluntad y amor por la tierra que los vio crecer lo cual los ha llevado a ubicarse entre una de las primeras ciudades potencias en todos los ámbitos a nivel nacional, ya sea por su variada oferta gastronómica o por los diferentes emprendimientos de su población.

Tabla 13

DATOS DE LA CIUDAD AMBATO

LÍMITES:

Norte: Provincia de Cotopaxi.

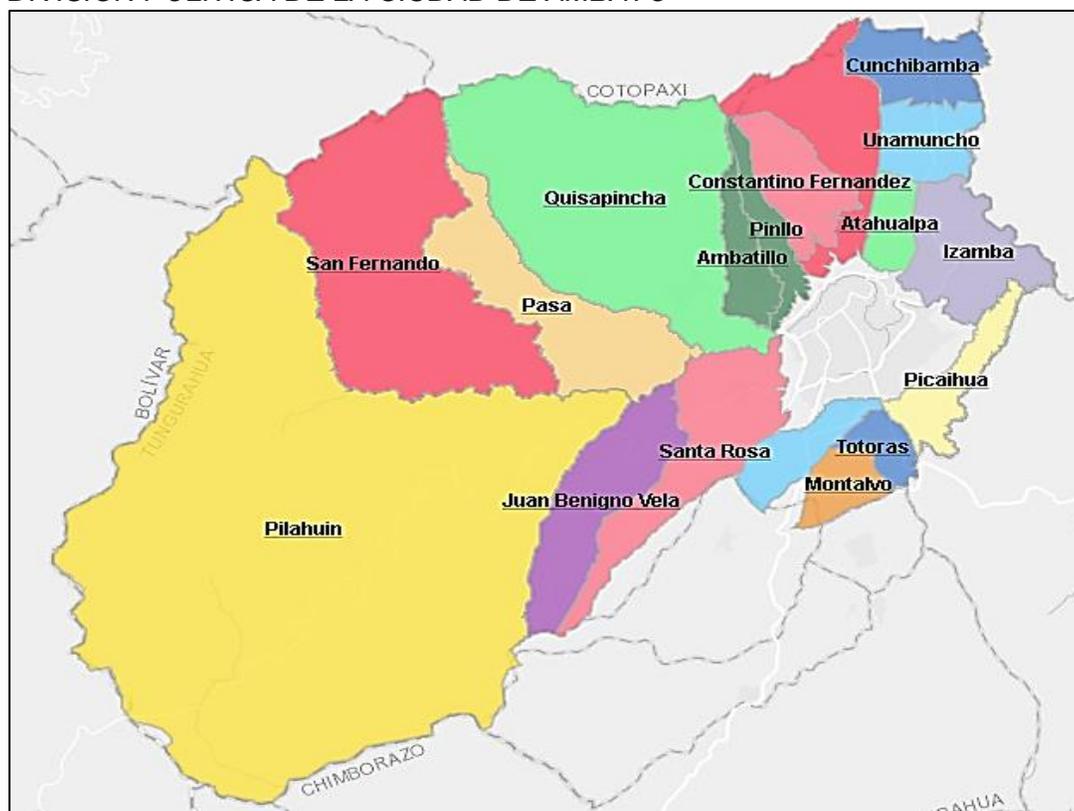
Sur: Provincia de Chimborazo y cantones Tisaleo, Mocha y Cevallos.

Este: Cantón Píllaro y Pelileo.

Oeste: Provincia de Bolívar.

POBLACIÓN:	365 072 habitantes (Proyecciones INEC, 2015)
EXTENSIÓN:	1 008,8 km ²
CLIMA:	Templado seco entre 12,5 y 22° C
ALTITUD:	Desde los 2577 msnm varía entre los 3210 msnm.
PARROQUIAS:	<ul style="list-style-type: none"> • Urbanas: Atocha, Ficoa, Celiano Monge, Huachi Chico, Huachi Loreto, La Matriz, La Merced, La Península, Pishilata y San Francisco. • Rurales: Ambatillo, Atahualpa, Constantino Fernández, Cunchibamba, Huachi Grande, Izamba, Juan Benigno Vela, A. N. Martínez, Montalvo, Pasa, Picaihua, Quisapincha, San Bartolomé de Pinllo, San Fernando, Santa Rosa, Totoras y Unamuncho.
PRODUCCIÓN:	<p>Recursos Naturales:</p> <p>Tubérculos, raíces, hortalizas, frutas y flores.</p> <p>Industrias:</p> <p>De calzado, carroceras, cuero, confecciones, textil, muebles, productos químicos, alimentos y bebidas.</p> <p>Comercio:</p> <p>Ropa, electricidad, calzado, artesanías y confecciones en cuero.</p>
DÍAS DE FERIA:	Lunes.

Nota: La tabla se elaboró en base a H. Consejo Provincial de Tungurahua, 2015 pág. 10.

Figura 24**DIVISIÓN POLÍTICA DE LA CIUDAD DE AMBATO**

Nota: El gráfico indica la división política de Ambato. Tomado de GAD, 2018

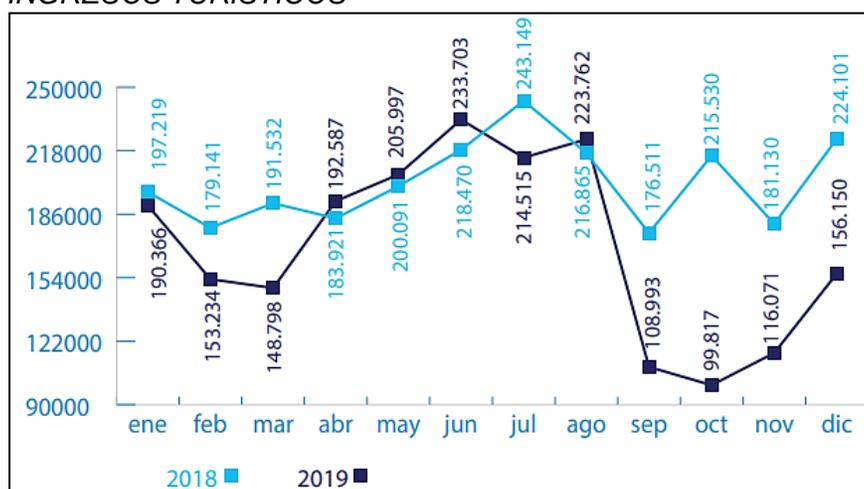
b) Movimiento Turístico

Para realizar el apartado que se enfoca en el movimiento turístico, es necesario tener cifras claras de los ingresos de turistas al país, específicamente a la ciudad de Ambato puesto que es el lugar de estudio para la presente investigación. El turismo al fluctuar de manera incierta puede generar grandes auges o declives tanto en las balanzas nacionales como locales. En el desarrollo del siguiente ítem se engloba cifras actualizadas por el Ministerio y la Dirección de Turismo, las cuales permiten tener una visión clara del número de visitantes que la localidad y la planta turística recibe.

Como primer punto, Ecuador, según datos estadísticos publicados por la plataforma del MINTUR el año 2019 mantuvo un decrecimiento del 15,8 % de ingreso de turistas en relación con el 2018, destacando que la cifra fue actualizada tomando en cuenta el número de ciudadanos venezolanos que también ingresaron al país, dado esto el Ecuador finalizó el año con la visita de 2.043.993 personas.

Figura 25

INGRESOS TURÍSTICOS



Nota: El gráfico representa que en ese año tuvo un crecimiento del turismo, por MINTUR, 2019, pág. 3.

Desde otra perspectiva, se puede mencionar que el año 2019 mantuvo un crecimiento del 4,3% respecto al 2018, destacando que la cifra fue actualizada sin tomar en cuenta el número de ciudadanos venezolanos que también ingresaron al país, dado esto el Ecuador finalizó el año con la visita de 1.534.708 turistas.

Tabla 14

DATOS TURÍSTICOS DE AMBATO SIN CIUDADANOS VENEZOLANOS

	Ene-Dic 2018	Ene- Dic 2019	Ene-Dic 19/18
Total	2.427.660	2.043.993	- 15,8%
Sin Ven	1.471.698	1.534.708	4,3%

Nota: La tabla indica las cifras turísticas de la ciudad de Ambato sin ciudadanos venezolanos, por MINTUR, 2019, pág. 3.

A continuación, se detallan en forma de tablas el número total de visitantes de la ciudad de Ambato, su procedencia, género, grupo étnico, edad y discapacidades; los cuales evidencian la afluencia de turistas dentro de esta localidad.

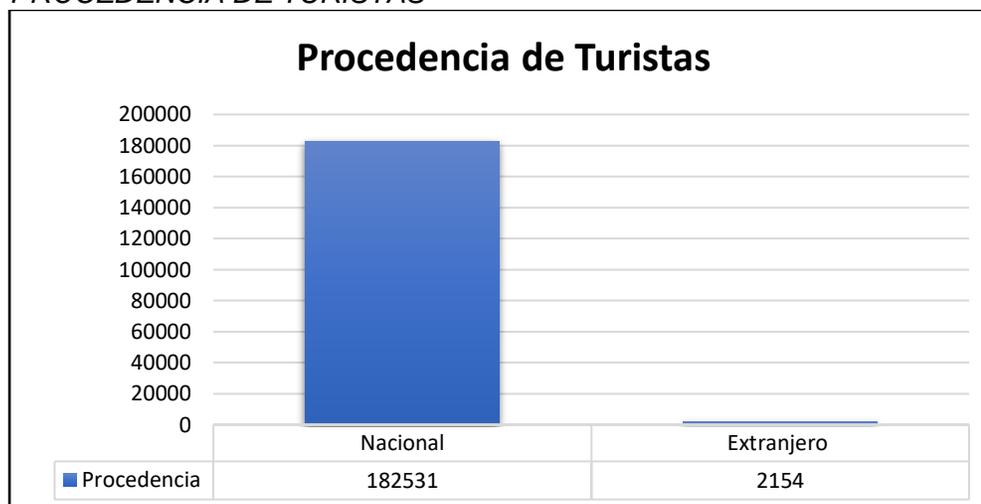
En lo que respecta a procedencia de turistas, Ambato en el año 2019 recibió una totalidad de 182.531 visitantes de nacionalidad ecuatoriana, mientras que tan solo 2.154 visitas fueran de ciudadanos extranjeros cuyas procedencias son de: Alemania, Bélgica, Canadá, Francia, Italia; México, entre otras.

Tabla 15

PROCEDENCIA DE TURISTAS HACIA LA CIUDAD DE AMBATO

DATO	PROCEDENCIA		TOTAL
	Nacional	Extranjero	
Numérico	182531	2154	184685
Porcentual	99,50%	0,50%	

Nota: La tabla indica el número de turista que llegaron a la ciudad de Ambato, en base a Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2019.

Figura 26**PROCEDENCIA DE TURISTAS**

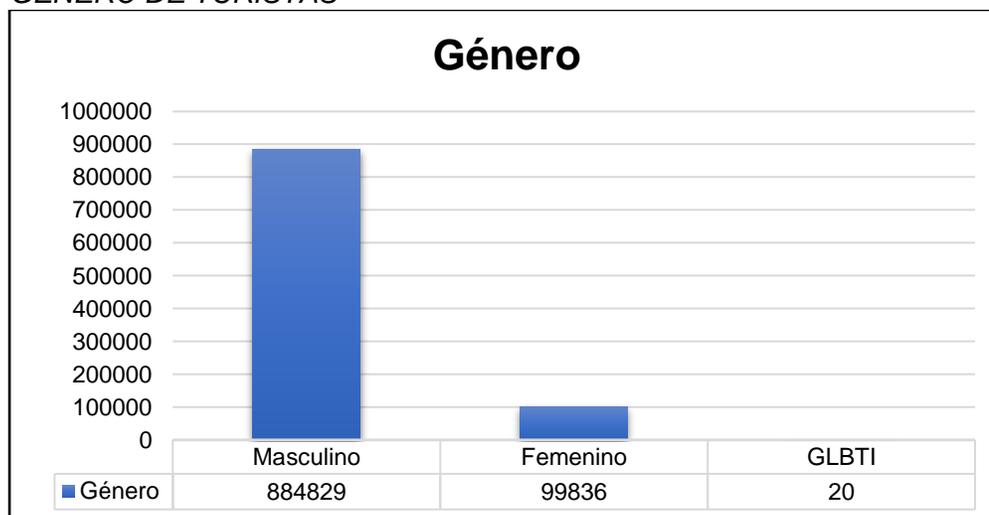
Nota: En base a Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2019.

Por otra parte, la ciudad de Ambato es visitada mayormente por turistas de género femenino con una totalidad de 99.836 visitantes, 84.829 son masculinos y tan solo 20 personas pertenecen al género LGTBI. Esta estadística muestra también a la ciudad como un destino inclusivo y sin discriminación de ninguna índole social.

Tabla 16**GÉNERO DE VISITANTES**

Masculino	Femenino	LGTBI
84829	99836	20
46,58%	53,37%	0,05%

Nota: La tabla fue elaborada en base a Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2019.

Figura 27**GÉNERO DE TURISTAS**

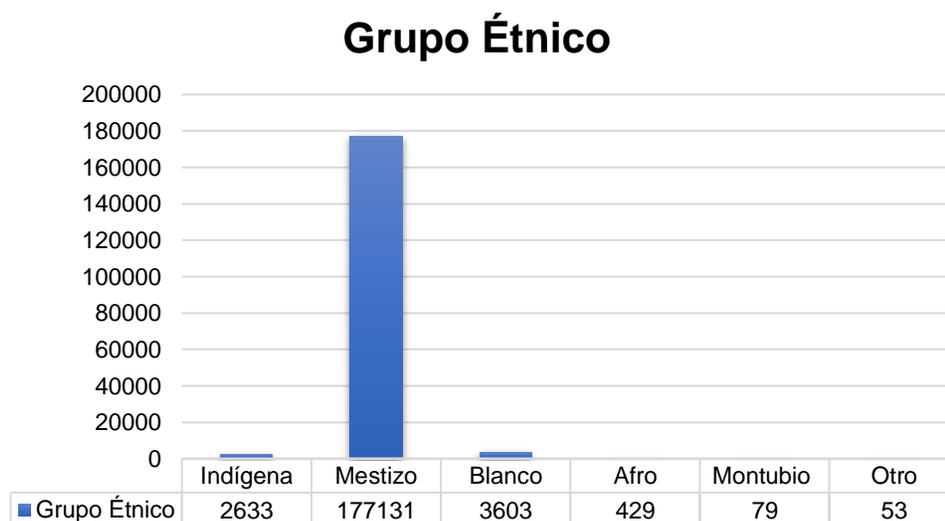
Nota: El gráfico representa el género, tomada de Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2019.

La planta turística de la ciudad de Ambato, al recibir turistas de varios lugares ya sean nacionales e internacionales, también recibe a personas de diferentes grupos étnicos, en el caso del año 2019 según las estadísticas se puede corroborar que 177.131 visitantes son mestizos, 3.603 son blancos y 2.633 personas son indígenas.

Tabla 17**GRUPO ÉTNICO**

Indígena	Mestizo	Blanco	Afro	Montubio	Otro
2633	177131	3603	429	79	53
0,65%	98,35%	0,69%	0,26%	0,02%	0,03%

Nota: La tabla fue elaborada en base a Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2019.

Figura 28**GRUPO ÉTNICO**

Nota: El gráfico representa los grupos Étnicos por Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2019.

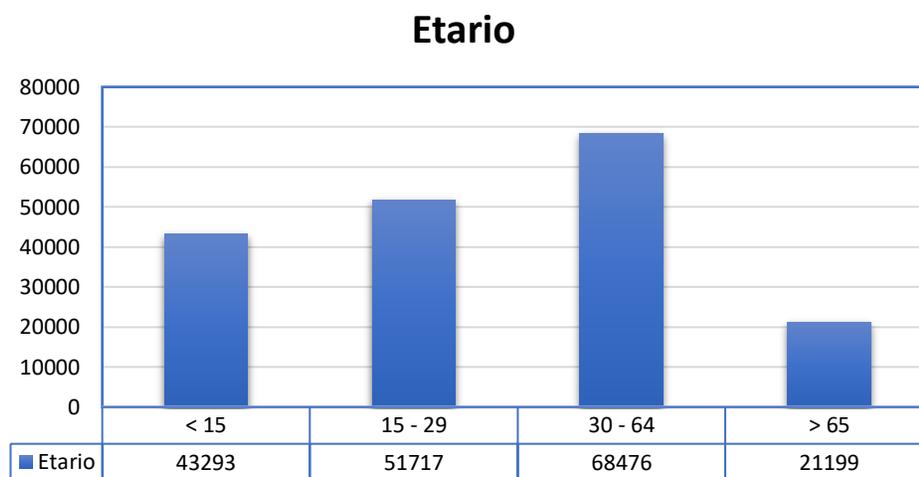
Los grupos etarios que generalmente visitan la ciudad de Ambato comprenden edades entre 30 y 64 años, seguido por el grupo de 15 a 29 años y finalmente un grupo de menores de 15 años; gracias a los atractivos y servicios con los que cuenta la ciudad, propios y extraños pueden disfrutar de los mismos.

Tabla 18**EDAD DE TURISTAS**

< 15	15-29	30-64	> 65
43293	51717	68476	21199
23,77%	28,05%	32,39%	15,79%

Nota: La tabla fue elaborada en base a Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2019.

Figura 29
EDAD DE TURISTAS



Nota: El gráfico representa los grupos de edad, por Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2019.

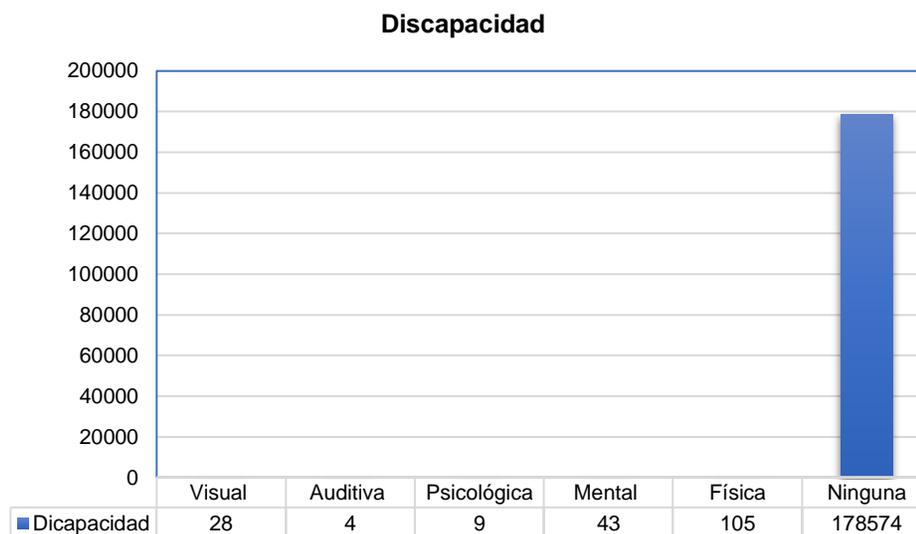
Para el sector turístico las discapacidades no son un inconveniente al momento de que un grupo de turistas quiera visitar diferentes destinos o establecimientos de la ciudad, puesto que los diferentes atractivos y servicios cuentan con personal e instalaciones adecuadas para brindar todas las facilidades necesarias, Ambato ha recibido en el año 2019 a 105 personas con discapacidades físicas, 43 con discapacidad mental y 28 turistas con discapacidad visual.

Tabla 19

TURISTAS CON DISCAPACIDAD

Visual	Auditiva	Psicológica	Mental	Física	Ninguna
28	4	9	43	105	178574
0,06%	0,01%	0,01%	0,02%	0,13%	99,77%

Nota: La tabla fue elaborada en base a Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2019.

Figura 30**DISCAPACIDAD DE TURISTAS**

Nota: El gráfico representa el nivel de discapacidad, por Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2019.

c) Empleo Área Turística

Después de realizar varias investigaciones relacionales al concepto de subempleo, el grupo de investigación define al término de la siguiente manera: Acción o realización de diversas actividades a cambio de una retribución económica. El empleo como tal genera un impacto bueno y favorable socialmente hablando, debido a que este cuenta con todos y cada uno de los beneficios de ley, los cuales no solo dan uso la persona que trabaja si no también su familia.

“Según los boletines presentados por el Ministerio de Turismo, hasta el tercer trimestre del año 2019 el área turística abarcada dentro del territorio ecuatoriano fue del 6,6 % del empleo nacional, dicho en cifras 522.508 plantas de trabajo ocupadas.” (MINTUR, 2019)

Lastimosamente las páginas y documentos oficiales de la ciudad de Ambato no presentan datos y cifras oficiales que indiquen cual es el porcentaje de espacios laborales ocupados dentro de la planta turística, además de la pandemia por la cual el país atraviesa las plazas y vacantes de trabajo han disminuido considerablemente.

4.1.1.2. Infraestructura

Al hablar de infraestructura turística, el término hace énfasis a los diferentes servicios con los que la ciudad de Ambato cuenta para satisfacer las necesidades de sus visitantes, a continuación, se detalla breves conceptos presentados por autores refiriéndose al tema y por ende la clasificación de la misma.

Covarrubias, (2015) manifiesta lo siguiente:

La infraestructura general es la base para que un destino se encuentre en condiciones que permitan a la población la facilidad de desarrollarse como una sociedad activa. Por su parte la infraestructura turística como se mencionó permite el desarrollo turístico, es por ello por lo que deben existir planes estratégicos y gestiones para que cada destino mantenga dicha infraestructura, de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo a las instalaciones o servicios que este requiera (pág. 12).

La inversión Pública de Calidad del Perú (SNIP, 2015) menciona que la infraestructura turística es el “conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo.”

Por consiguiente, se puede destacar que una buena infraestructura turística en la localidad donde se pretenda desarrollar un proyecto contribuye a la planta turística, además de ello beneficia no solo a sus habitantes sino también a cada uno de los visitantes que decidan recorrer y conocer más sobre el destino. Para reforzar el presente apartado a continuación se detalla la clasificación de la infraestructura turística.

Figura 31

CLASIFICACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA DE AMBATO

a) Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Terrestre • Vías de acceso
b) Servicios Básicos	<ul style="list-style-type: none"> • Agua • Alcantarillado • Energía
c) Comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Telefonía

Nota: El cuadro representa la infraestructura existente en la ciudad de Ambato, por GAD, 2018.

a) Transporte

El sistema de transporte que circula en la ciudad de Ambato es el transporte urbano. El costo del pasaje para el público en general es de \$0,30. Personas con discapacidades especiales, estudiantes y personas de la tercera edad pagan \$0,15.

Se pueden también tomar diferentes líneas de buses que llegan a distintos puntos de la ciudad y lugares aledaños, pero también existen taxis seguros desde el Terminal Terrestre de Ambato los cuales pueden llevarlos a los diferentes lugares turísticos o a los mismos hoteles para su cómoda estadía.

En el caso de Transporte Terrestre Turístico el reglamento vigente considera al mismo como:

Transporte a cargo de la movilización de personas que tengan la condición de turistas o excursionistas, en vehículos de compañías autorizadas a la prestación del servicio de transportes terrestres turísticos, debidamente homologados y habilitados por la Agencia Nacional de Tránsito, para dirigirse a establecimientos o sitios de interés turístico, mediante el pago acordado libremente por las partes. (MINTUR, 2014)

Vías de acceso: Ambato al ser la cuarta ciudad más importante del Ecuador, posee carreteras óptimas para poder ingresar a la ciudad, por la Red Vial Estatal, la cual se encuentra en óptimas condiciones, para entrar a la ciudad por varios puntos de las regiones del país.

La vía de Acceso Central de Ambato (E493A) es una de las vías secundarias que conecta al centro-este de la ciudad de Ambato con la ruta combinada de la Troncal de la Sierra con la Transversal Central (E35/E30). Esta vía es de carácter de autopista de 4 carriles.

En el caso de la ciudad de Ambato, la misma se encuentra en la zona céntrica del país y cuenta con carreteras de primer orden que la conectan con las principales ciudades del país, además de ello, esta cuenta también con varias compañías que prestan el servicio exclusivo de transporte turístico las cuales se analizarán más adelante.

La tabla presentada a continuación detalla las distancias de otras ciudades hacia Ambato.

Tabla 20

DISTANCIAS EN KILOMETRAJE

CIUDAD	DISTANCIA
Bahía de Caráquez	406 km
Cuenca	306 km
Esmeraldas	390 km
Guayaquil	288 km
Ibarra	251 km
Latacunga	47 km
Loja	511 km
Macas	230 km
Machala	382 km
Manta	404 km
Otavalo	231 km
Portoviejo	369 km
Puyo	101 km
Quito	136 km
Riobamba	52 km
Salinas	451 km
Santo Domingo	205 km
Tena	180 km
Tulcán	376 km

Nota: La tabla fue elaborada de acuerdo con Consejo Provincial de Tungurahua, 2015, pág. 10

La ciudad de Ambato cuenta con una gran variedad de transporte tanto para la movilización inter cantonal como para la movilización netamente turística, en el desarrollo del diagnóstico situacional de la planta turística se considera importante

detallar ciertos aspectos importantes para la movilidad segura y garantizada de los turistas hacia los diferentes cantones de la provincia de Tungurahua.

Tabla 21

COOPERATIVAS Y FRECUENCIAS DE BUSES DE AMBATO

Destino	Cooperativa	Parada de Bus en Ambato	Frecuencia	Duración del Viaje
Baños	22 de Julio	Mercado América	15 minutos	1 hora
Cevallos	Cevallos – Mocha	Mercado América	10 minutos	20 minutos
Mocha	San Juan	Mercado América	10 minutos	40 minutos
Patate	Patate – Valle	Mercado América	20 minutos	40 minutos
Pelileo	22 de Julio – Flota Pelileo	Mercado América	10 minutos	20 minutos
Píllaro	Píllaro – Santa Teresita	Centro Intercambio de Cashapamba	15 minutos	40 minutos
Tisaleo	Tisaleo	Mercado América	15 minutos	20 minutos

Nota: La tabla fue elaborada en base a Consejo Provincial de Tungurahua, 2015, pág. 10.

El eje turístico dentro de la ciudad de Ambato por consiguiente, también cuenta con medios de transporte (ver tabla 22), los cuales forman parte de compañías limitadas o sociedades anónimas, quienes son los encargados de responder y velar por la seguridad de los visitantes ya sea dentro de la ciudad o en los diferentes cantones de la provincia, siendo periódicamente controlados y vigilados por la Agencia Nacional de Tránsito para garantizar las óptimas condiciones tanto de los medios de transporte como de las condiciones psicológicas e intelectuales de sus conductores.

Tabla 22*TRANSPORTE TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE AMBATO*

Nombre	Cantidad de Vehículos
Compañía de Transporte Turístico Cotullari S.A.	8
Ambaturismo	8
Turismo Vehículos Provinciales Ejecutivos	2

Nota: La tabla fue elaborada de acuerdo con Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2020.

b) Servicios Básicos

Son todas aquellas condiciones (energía, agua potable, alcantarillado, entre otras) dignas para la vida y supervivencia de los seres humanos, los cuales reduzcan enfermedades y beneficien la calidad de vida de todas las personas. Por tal motivo es importante destacar que actualmente toda la planta turística de la ciudad de Ambato cuenta con servicios básicos para comodidad de sus visitantes.

La planta turística de la ciudad, cuenta con todos los servicios básicos; electricidad, agua potable y alcantarillado, además de los diferentes centros comerciales y establecimientos turísticos. Es importante destacar que algunas de estas instalaciones cuentan con su propio generador de energía en el caso de emergencia.

La Municipalidad de Ambato ha invertido más de 60 millones de dólares solo en temas de saneamiento ejecutando cerca de 200 obras en todo el cantón, llevando agua potable, alcantarillado y gestión integral de desechos sólidos con una cobertura del 98 % en la zona Urbana y 50 % en la Rural. (GADMATIC, 2018)

- La ciudad de Ambato tiene una cobertura del 81,7 % en lo que respecta a Agua Potable, definiendo.

- El Alcantarillado por su parte mantiene un 70,8 % en toda la ciudad, lo que significa que los desechos se encuentran manejados de manera adecuada.
- Finalmente, el área eléctrica cubre el 94 % de la zona, destacando que Ambato es una de las ciudades con mayor cobertura en dicho servicio.

Figura 32

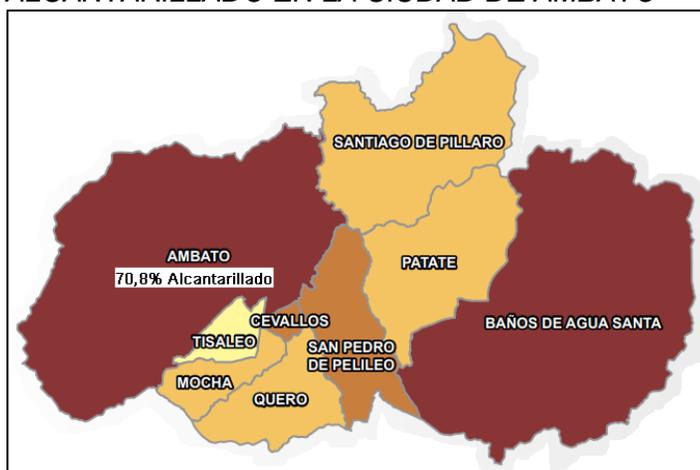
DISTRIBUCIÓN DE AGUA POTABLE EN AMBATO



Nota: El gráfico representa la distribución del agua potable de Ambato, por SENPLADES, 2014, pág. 105.

Figura 33

ALCANTARILLADO EN LA CIUDAD DE AMBATO



Nota: El gráfico representa el porcentaje de alcantarillado que existe en la ciudad de Ambato, por SENPLADES, 2014, pág. 107.

Figura 34

COBERTURA ELÉCTRICA EN LA CIUDAD DE AMBATO



Nota: El gráfico representa el porcentaje que tiene Ambato con respecto a cobertura eléctrica. J. Jurado, 2012.

c) Comunicaciones

En referencia a la comunicación dentro de la ciudad de Ambato, al no existir un Plan de Desarrollo Territorial, tampoco se puede obtener datos estadísticos reales y fidedignos con relación a los porcentajes de habitantes que poseen el servicio de telefonía convencional, celular ni tampoco de servicio de internet. Por observación, únicamente lo que se puede mencionar en el apartado es que todos los establecimientos pertenecientes a la planta turística cuentan con servicios de telefonía e internet, para facilitar la comunicación de sus visitantes. Actualmente operan dentro de la ciudad varias operadoras de telefonía, las cuales permiten también que los visitantes logren comunicarse desde los lugares de su preferencia.

Figura 35**SERVICIO DE TELEFONÍA EN LA CIUDAD DE AMBATO**

Nota: El gráfico representa los servicios de telefonía de Ambato por J. Jurado, 2012, pág. 40.

4.1.1.3. Equipamiento

La planta turística cuenta con el equipamiento necesario para satisfacer a los visitantes con lo que necesitan, a continuación, se presenta los 61 establecimientos tomados de la muestra de la planta turística para mejor comprensión.

Tabla 23**ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS**

N.	Nombre
1	Parrilladas Ilusiones
2	Abaka, Gallinas de Pinllo
3	Cafetería El Sabor
4	Chifa Gran Jao Fua
5	La Cigarra Pizzería
6	Cafetería Ponche Suizo
7	Oasis Cafetería
8	Restaurante El Álamo
9	Marcelo's Restaurante
10	Cafetería Espigal

11 Alis Parrillada

Nota: Tabla elaborada en base a Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2020.

Tabla 24

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

N. Nombre

1	Hotel La Kapital
2	Hotel Florida
3	Hotel Mary Carmen
4	Hotel Señorial
5	Hotel Gran Hotel Napoleón
6	Hotel de Las Américas
7	Hostería Quinta Loren
8	Hotel Ambato
9	Hotel Emperador
10	Roka Plaza

Nota: Tabla elaborada en base a Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2020.

Tabla 25

ESTABLECIMIENTOS DE INTERMEDIACIÓN

N. Nombre

1	Emperador – Luxor
2	Balquirias
3	Marcelos
4	Villa Alhambra
5	Quinta Charlestong

Nota: Tabla elaborada en base a Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2020.

Tabla 26ESTABLECIMIENTOS DE OPERACIÓN E INTERMEDIACIÓN

N.	Nombre
1	Clantour Agencia De Viajes
2	Freire Turismo Fretur S.A.
3	Geodestinos Ecuador Cia Ltda.
4	K & M Planet Travel
5	Cantabria Viajes Turismo Cantabriatur
6	Interturing
7	Delgado Travel Delgatrael Cía. Ltda.
8	Melcaribe Travel
9	Metroambato #2
10	Mulvitur
11	Mundo Aéreo Ticket & Tour
12	Magui Tours
13	Ortega Viajes
14	Costabellatour
15	Geo destinos Ecuador Cía. Ltda.
16	Maxipromociones Y Viajes
17	Nvc Global Viajes Y Turismo

Nota: Tabla elaborada en base a Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2020.

Tabla 27ESTABLECIMIENTOS DE PARQUES DE ATRACCIÓN ESTABLES

N.	Nombre
1	El Paraíso
2	Sol Andino
3	Hostería Revolution
4	Spa La Española Nuestra Señora Del Pilar
5	Calipso
6	Balcón Del Rio
7	La Pista Karting Cía. Ltda.

8	K2elite Sport Parque De Recreo
9	Bolera Qubic Bowling Center
10	Bella María
11	Peñón Del Río
12	Palatinos Resort
13	Aqua Spa
14	El Portón De Tilulùm
15	Centro Recreativo La Red

Nota: Tabla elaborada en base a Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2020.

Tabla 28

ESTABLECIMIENTOS DE TRANSPORTE TURÍSTICO

N.	Nombre
1	Compañía de Transporte de Turismo Cottullari S.A.
2	Ambaturismo
3	Turismo Vehículos Provinciales Ejecutivos

Nota: Tabla elaborada en base a Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2020.

En este apartado es importante y considerable destacar que, por la situación de la pandemia mundial, los establecimientos en los que realmente se realizó el estudio fueron únicamente 23, dado que por circunstancias de bioseguridad muchos de los lugares seleccionados tuvieron que cerrar sus puertas o simplemente no deseaban tener contacto con personas externas a las de su organización. Finalmente, los establecimientos que podemos mencionar en el equipamiento son:

Tabla 29

ESTABLECIMIENTOS FINALES

ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	ESTABLECIMIENTO	TOTAL
Alojamiento	Hotel	• Hotel Ambato	1
	Cafeterías	• Bogati Helados con Queso	5

Alimentos y Bebidas		<ul style="list-style-type: none"> • Café Conquistador • Cafetería La Fuente • Cafetería Oasis • Cafetería Ponche Suizo • Creme Brulee Chocolatería 	
	Discotecas	• Love Music Club	1
	Restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> • Abaká Gallinas de Pinllo • Cocina Al Horno • Delicias del Mar • Marcelo's Restaurante • MM Marisquería • MM Wings • Ruta 86 	7
Intermediación	Sala de Recepciones y Banquetes	<ul style="list-style-type: none"> • El Torreón de la Península • Fénix Events – Quinta Victoria • Mirador de Leo • Quinta Magnolia • Quinta Balquirias 	5
Operación e Intermediación	Agencias de Viajes Internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Mundo Aéreo Ticket & Tour • Century Travel 	2
Transporte Turístico	Transporte Terrestre	• Cotullari S.A.	1

Nota: Tabla elaborada en base a Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2020.

4.1.1.4. Recursos turísticos

Los recursos turísticos son la base para el desarrollo del turismo, debido a que las maravillas naturales o culturales son atractivas para el visitante y juntamente con la planta turística ofertan servicios de calidad; al ser un tema de gran importancia varios son los autores que lo definen de la siguiente manera:

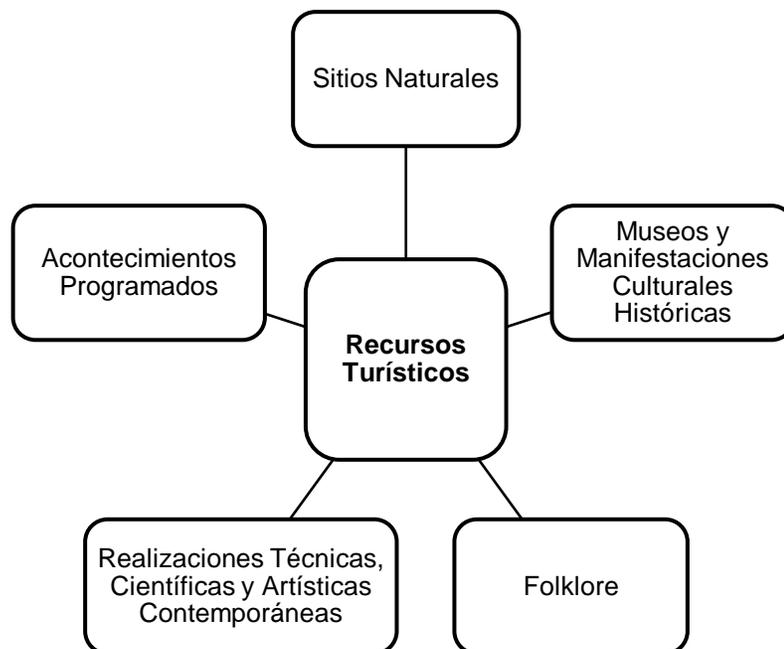
Figura 36*DEFINICIONES DE RECURSOS TURÍSTICOS*

Marín (2016)	<ul style="list-style-type: none"> • "Todo elemento natural, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos, esencialmente, de ocio"
Villacís (2013)	<ul style="list-style-type: none"> • "Es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural, de esparcimiento y recreación, o histórico – cultural"
Amaiquema (2015)	<ul style="list-style-type: none"> • "Son el conjunto de atractivos del territorio: su patrimonio natural y cultural, su clima y las personas que viven en el mismo"

Nota: El cuadro representa la opinión de varios autores con respecto a los recursos turísticos por H. Marín, 2016, pág. 16.

Una vez leído y analizados los conceptos presentados, se puede mencionar que los recursos turísticos son todos los elementos ya sea natural o cultural que presentan diversas atracciones a los turistas que visitan ciertas localidades, con el fin de generar ocio y distracción en los mismos.

Luego de realizar la respectiva revisión bibliográfica y analizar la clasificación de recursos turísticos que presentan varios autores, para el caso de la ciudad de Ambato se ha optado utilizar la teoría planteada por la Organización de Estados Americanos (OEA), la cual señala que la clasificación más adecuada se desarrolla de la siguiente manera:

Figura 37*CLASIFICACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS*

Nota: El gráfico representa los recursos turísticos de la ciudad de Ambato por GAD Municipal de Ambato, 2018.

En la Ciudad de Ambato los turistas podrán disfrutar de la gran riqueza de recursos que la misma posee, dado que existen manifestaciones culturales que dan a conocer la variedad religiosa, étnica, de costumbres y tradiciones; además de su extensa belleza natural y paisajística los cuales en conjunto hacen de la Tierra de los Tres Juanes un destino propio para turistas tanto nacionales como internacionales. A las características mencionadas anteriormente también se suma su amplia oferta de planta turística, los cuales ya consolidados tienen la capacidad de recibir y dar la bienvenida a todo quien quiera visitarla.

Figura 38

RECURSOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE AMBATO



Nota: El gráfico representa los recursos turísticos de la ciudad de Ambato por GAD Municipal de Ambato, 2018

4.1.2. Desde la demanda

4.1.2.1. Factores Internos

a) Factores Culturales

Actualmente por cuestiones de bioseguridad la población en general ha optado por la realización de eventos con una cantidad limitada de invitados o a su vez el desarrollo de actividades al aire libre; en el caso de la planta turística de la ciudad de Ambato se puede mencionar que esta ha sido afectada gravemente por dicha situación, debido a que los turistas por precautelar su salud y siguiendo las disposiciones del gobierno ha preferido limitar o aplazar sus celebraciones para el próximo año asegurando la realización de su evento cuando la emergencia sanitaria sea levantada.

b) Factores Sociales

En el ámbito social es importante destacar las creencias religiosas de cada familia o grupo de amigos, la demanda de eventos en la ciudad de Ambato se manifiesta de acuerdo con las costumbres y tradiciones que cada persona maneja; es decir, la realización de las ceremonias, el tipo de fiesta, la elección de música, la selección de detalles, entre otros se desarrolla de acuerdo las peticiones y exigencias de cada uno de los implicados en las actividades de turismo de romance, sin dejar de lado la calidad y confiabilidad del servicio.

c) Factores Personales

Dentro de los factores personales se incluyen indicadores importantes tales como la edad, la situación económica, la ocupación y el estilo de vida, debido a que

juegan un papel importante en la decisión de una persona al momento de elegir cada detalle para su ocasión especial, esto se pudo evidenciar al momento de la aplicación de las encuestas a la ciudadanía ambateña cuando se le pregunto cuánto dinero estaría dispuesto a gastar un evento y sus respuestas variaron de acuerdo con su condición; pudiendo resumir que las personas antes de invertir realizan un autoanálisis de su condición y de su capacidad de gasto.

d) Factores Psicológicos

Las principales características que se toman en consideración dentro de los factores psicológicos son la percepción y la motivación de los clientes, en este caso todos los individuos son persuadidos a través de las fotografías, promociones o anuncios que los establecimientos de la planta turística colocan en las diferentes páginas web y redes sociales, con la finalidad de generar mayor cantidad de ventas; por su parte la demanda genera tendencias hacia dichos productos o servicios convirtiéndolos así en parte importante de su vida.

4.1.2.2. Factores Externos

Los factores externos a las empresas pertenecientes a la planta turística operan en un entorno que puede cambiar rápidamente e influir en las operaciones de modo tal que podría llevar a la organización a su desaparición en poco tiempo, por ese motivo se procede a analizar algunos factores mencionados a continuación:

a) Económico

Según El Comercio (2011) menciona que Ambato es la cuarta ciudad de mayor importancia ya que posee un gran motor industrial y comercial para la economía del centro del país y del Ecuador, la urbe cuenta con el principal acopio de alimentos de los diferentes puntos, además se enfoca en textiles, construcción, plantas de caucho, etc. Otro factor característico de la economía de la ciudad es el comercio, que ha convertido a Ambato en la capital económica del centro del país.

Algunas actividades inciden directamente en las operaciones y procesos de una empresa, la toma de sus decisiones las cuales buscan garantizar que estas trasgredan sobre la economía local y nacional y la dinamización de la economía. Existen varios ejes a tomarse en cuenta para la potencialización de la economía de una ciudad.

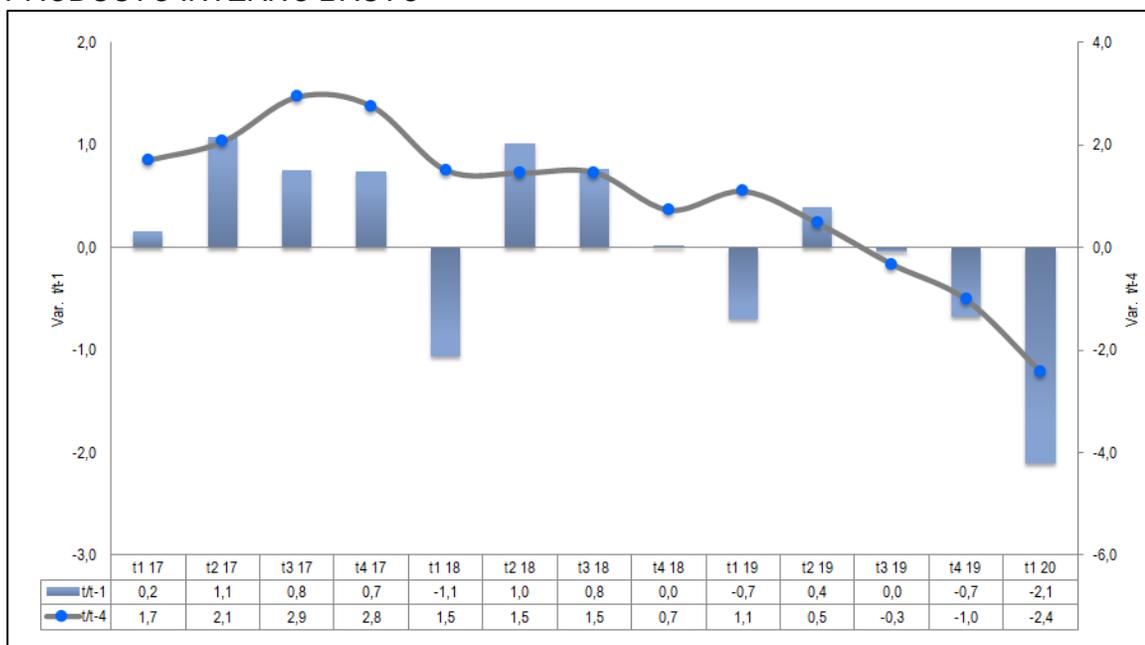
- **Producto Interno Bruto (PIB)**

El PIB representa el resultado final de la actividad productiva de las unidades de producción residentes. Se mide desde el punto de vista del valor agregado, de la demanda final o las utilizaciones finales de los bienes y servicios y de los ingresos primarios distribuidos por las unidades de producción residentes. (DANE, 2018)

Es un indicador económico que ayuda y permite ver la suma de los bienes y servicios que tanto las empresas nacionales como internacionales producen, también mide la riqueza de un país determinado.

Figura 39

PRODUCTO INTERNO BRUTO



Nota: El gráfico representa el PIB decreció en el primer trimestre de 2020. Banco central del Ecuador. 2020

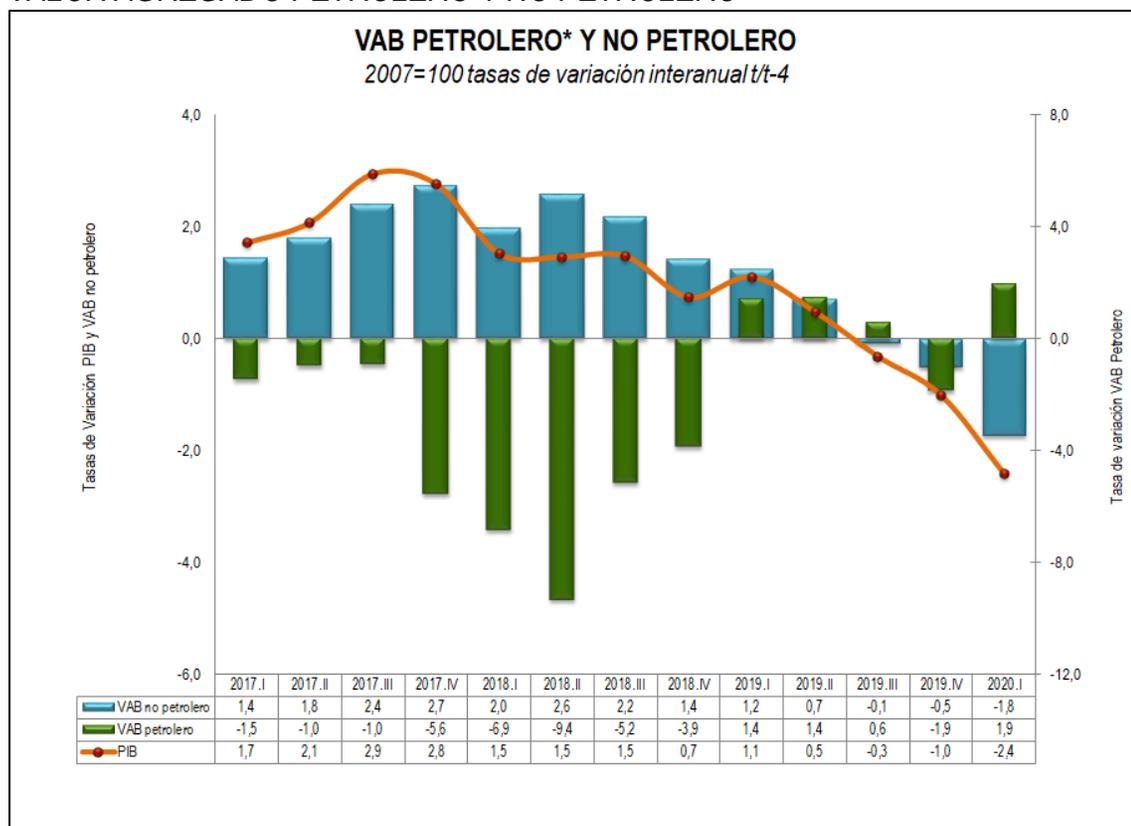
El PIB decreció y decrecerá entre 7,3 % y 9,6 % como resultado de la pandemia del covid-19 y esto afectará a todos los sectores estratégicos y actividades económicas del país.

- **Valor agregado petrolero y no petrolero.**

El valor agregado bruto (VAB) No Petrolero mostró un leve decrecimiento de 1,8%, que se explica por una menor dinámica de industrias como: construcción, administración pública y defensa, alojamiento y servicio de comida, entre otros.

Figura 40

VALOR AGREGADO PETROLERO Y NO PETROLERO



Nota: El gráfico representa VAB. Banco Central del Ecuador. 2020

El sector petrolero registró un crecimiento interanual en su VAB de 1,9 % en el primer trimestre de 2020 con relación a con igual periodo de 2019.

Ambato registra como principales actividades económicas las siguientes: Manufacturas 2,61 %, comercio 3,45 %, actividades profesionales e inmobiliarias 2,34 %, construcción 2,22 %, transporte información y comunicaciones 3,26 %.

Tabla 30

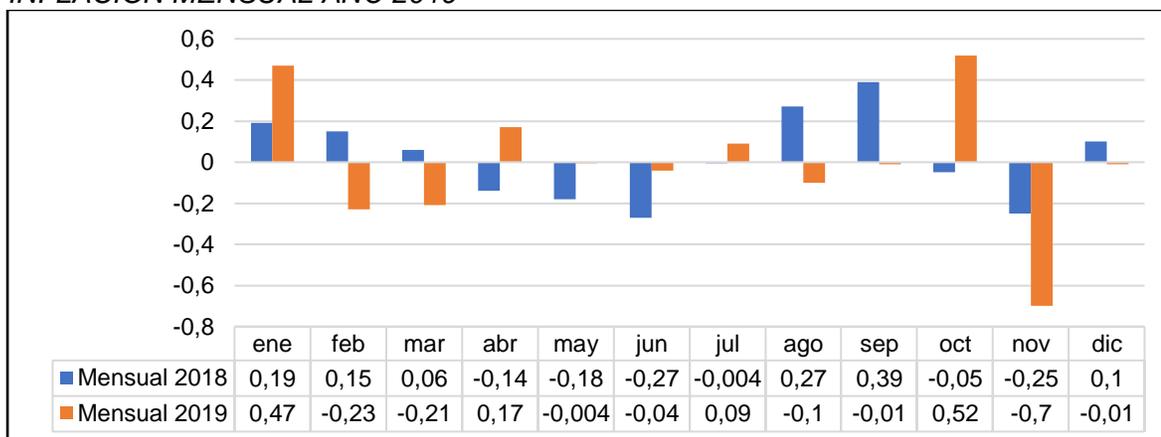
ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Actividad económica	Tungurahua (en USD)	Ecuador (en USD)	% Tungurahua a nivel nacional	Ambato	% Ambato a nivel Tungurahua	% Ambato a nivel nacional
Manufactura	13.956,141	402.192,53	2,88%	364.766,80	90,69%	2,61%
Comercio	10.300,512	391.887,92	3,80%	355.377,07	90,68%	3,45%
Actividades profesionales e inmobiliarias	11.651,457	311.947,94	2,68%	273.133,58	87,56%	2,34%
Construcción	11.229,192	308.203,84	2,74%	248.917,71	80,76%	2,22%
Transporte, información y comunicaciones	6.591,745	283.959,87	4,31%	214.578,82	75,57%	3,26%
Enseñanza	4.997,673	158.651,12	3,17%	109.167,04	68,81%	2,18%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	8.803,513	150.690	1,71%	84.144,79	55,84%	0,96%
Actividades financieras	2.739,798	123.971,71	4,52%	109.179,12	88,07%	3,98%
Administración pública	6.319,818	110.573,47	1,75%	71.574,72	64,73%	1,13%
Salud	3.037,935	107.972,84	3,55%	98.363,13	91,10%	3,24%
Actividades de alojamiento y de comidas	2.308,844	91.518,87	3,96%	62.988,31	68,83%	2,73%
Suministros de electricidad y de agua	1.201,438	55.352,07	4,61%	14.927,39	26,97%	1,24%
Otros servicios	1.980,904	31.088,09	1,57%	24.386,64	78,44%	1,23%
Explotación de minas y canteras	11.312,447	1208,86	0,01%	967,59	80,04%	0,01%

Nota: La tabla en mención hace énfasis a las principales actividades económicas de la ciudad de Ambato. Se elaboró en base a Mayorga, F., & Freire, L. (2016).

Inflación

Es otro de los indicadores económicos el cual permite observar el aumento de los precios de bienes y servicios durante un determinado tiempo.

Figura 41**INFLACIÓN MENSUAL AÑO 2019**

Nota: El gráfico representa la inflación mensual. Banco Central del Ecuador, 2020.

El IPC de diciembre de 2019 registró una leve variación mensual negativa de 0,01 %. La inflación mensual de junio fue de -0,62 % mientras que el anual alcanzó el 0,17 %.

b) Tecnológico

Ecuador en lo que respecta a innovación tecnológica esta presenta un retraso de más de 20 años con respecto a otros países, la constitución de 2008 introdujo la necesidad de crear un sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación que fomente la investigación y el desarrollo tecnológico en articulación con el sector productivo. Ecuador ha mejorado según menciona el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (2012) en lo que respecta a su posicionamiento en el índice de disponibilidad de tecnología en red y registran un mejor rendimiento en cuanto a telefonía y servicios de accesos a internet.

La tecnología hoy en día ofrece cada vez más posibilidades para acceder a información sobre lugares turísticos, o lugares que desean visitar. Existen aplicaciones

de viajes que no solo ayudan para reservar hoteles, sino también para buscar tiendas, atracciones populares y mucha más información de la planta turística.

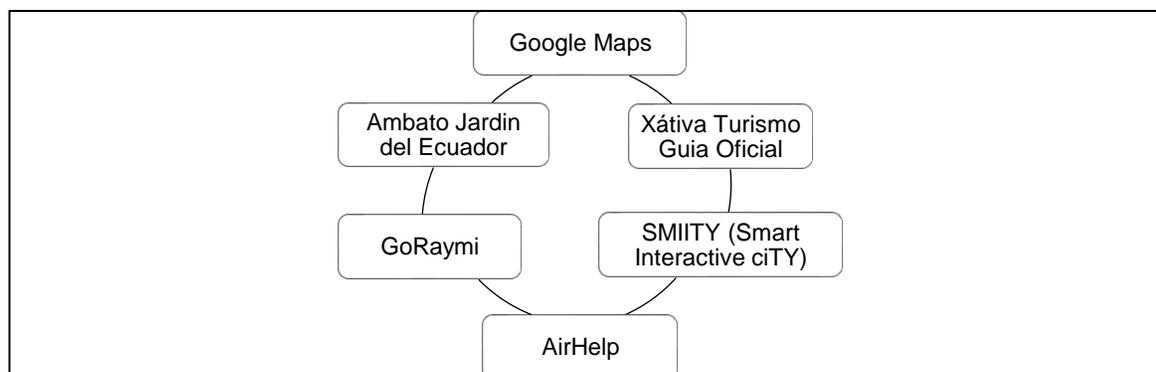
- **Aplicaciones tecnológicas móviles en el sector turístico**

Según Okazak & Campos (2011) debido al desarrollo de la tecnología móvil en el sector turístico, cada vez son más las aplicaciones para dispositivos móviles que se ofrecen, todas ellas de índole muy diversa. Las guías virtuales a través de dispositivos móviles tienen un gran protagonismo, ya que resultan de gran utilidad para los clientes que visitan un destino turístico, museo, parques, entre otros y ofrecen multitud de información (pág. 48)

La tecnología ha desempeñado un papel importante en los últimos años en lo que respecta al sector turístico, por lo que lugares como cafeterías, hoteles, restaurantes y locales recurren a utilizar diferentes aplicaciones móviles para promocionar dichas actividades. Entre las más destacadas se pueden mencionar las siguientes:

Figura 42

APLICACIONES DE TURISMO



Nota: El gráfico representa las aplicaciones utilizadas en el ámbito turístico, por Quito Informa, 2019.

Ambato Jardín del Ecuador y GoRaymi son aplicaciones para conocer más sobre los lugares turísticos y elementos de la planta turística propia de Ambato, no de manera tradicional o habitual sino de manera más tecnológica, brindando información adecuada para que los turistas puedan conectarse entre sí y logren descubrir más destinos propios de la ciudad.

c) Ambiental

El análisis del factor ambiental es una herramienta importante a tomar en cuenta para la puesta en marcha de cualquier proyecto turístico, dado que cualquier afectación al entorno podría cambiar el rumbo del mismo; para el desarrollo de las actividades turísticas el reglamento presenta artículos que deben ser tomados a consideración, siempre y cuando los mismos sean desarrollados dentro de Áreas Protegidas o sean Proyectos de Ecoturismo.

En el caso del Turismo de Romance, los prestadores de servicios (planta turística) deberán hacer énfasis en el factor ambiental al momento de enviar visitantes a los atractivos naturales que posee la ciudad de Ambato. Cabe destacar que en la actualidad la mayor parte de turistas que visitan la ciudad se preocupan por la ecología, es decir, que buscan que la mayor parte de productos sean biodegradables, de tal manera que la planta turística también ha tenido que prepararse para ofrecer las exigencias de sus visitantes.

4.1.3. Recolección de datos

Dada la problemática de salud por la que actualmente atraviesa el país y el mundo entero debido al virus del Covid-19, la investigación presentó cambios que

modificaron la recolección de datos, sin embargo, como investigadoras planteamos soluciones para la obtención de información necesaria para el desarrollo de nuestro trabajo; a continuación, se presenta los resultados finales.

a) Encuesta

La aplicación de encuestas por razones de bioseguridad se llevó a cabo por medio de la aplicación Google Forms, la cual nos permitió realizar el sondeo a 385 personas, teniendo como objetivo recolectar información acerca de la demanda y aceptación del turismo de romance en la población de la ciudad de Ambato. Una vez recaudada la información continuamos con el análisis e interpretación de la herramienta, la cual se encuentra organizada como se detalla a continuación:

- **Datos Generales:** Las cuatro preguntas introductorias tuvieron como fin obtener datos generales de los ciudadanos encuestados. En dicho aspecto se consideró el género, la edad, el estado civil y la procedencia de la población en función a las categorías que se puede observar en el detalle de las tablas y los gráficos finales presentados.

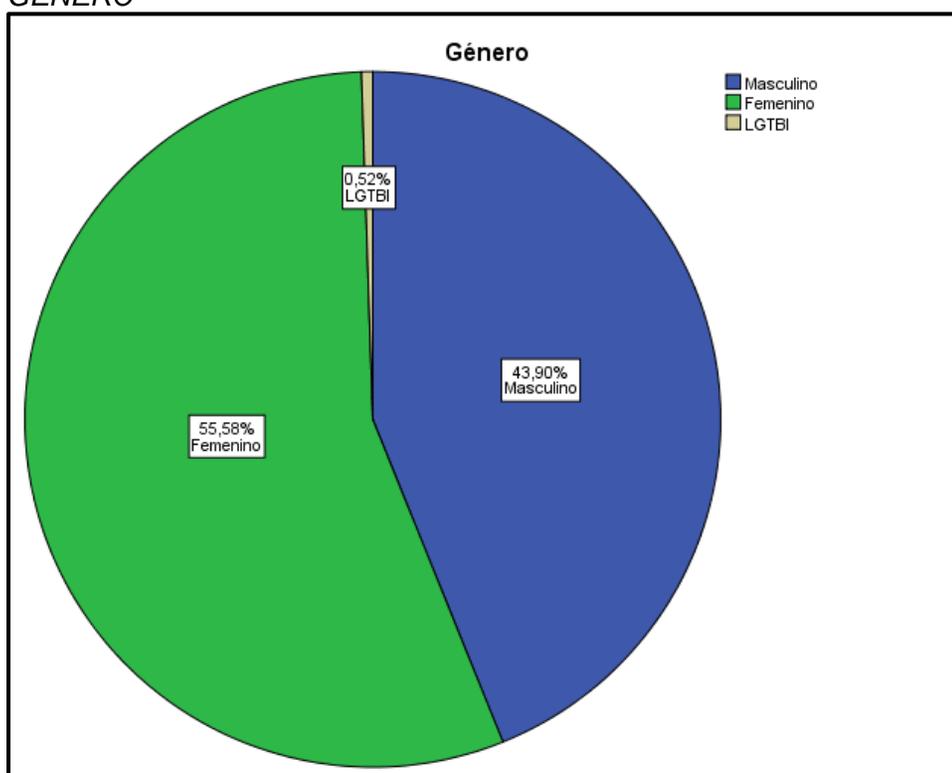
Tabla 31

GÉNERO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	169	43,9	43,9	43,9
Femenino	214	55,6	55,6	99,5
LGTBI	2	0,5	0,5	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Figura 43

GÉNERO



Resultados y Discusión

La población encuestada dentro de la ciudad de Ambato en su mayoría fue del género femenino (55,58 %), seguido del género masculino (43,90 %) y un porcentaje menor de personas que se autocalificaron LGTBI (0,52 %).

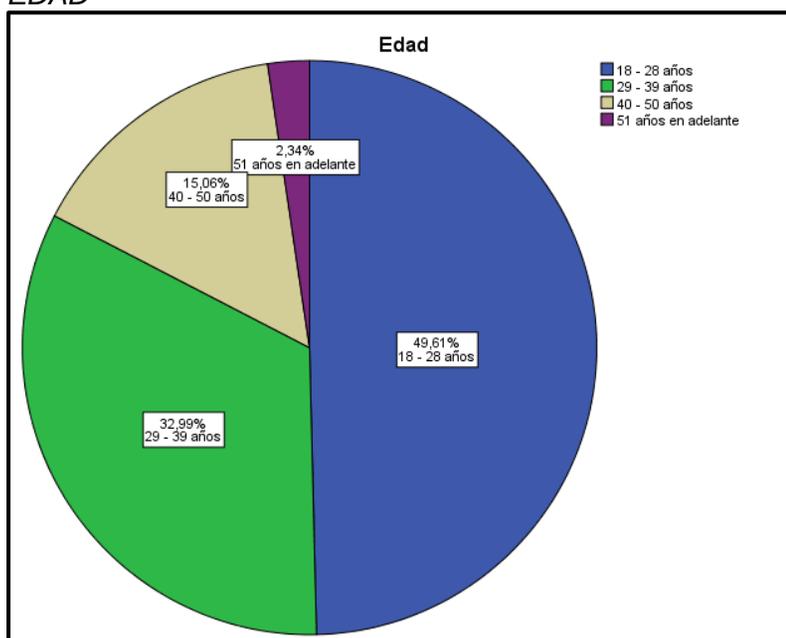
Tabla 32

EDAD

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
18 - 28 años	191	49,6	49,6	49,6
29 - 39 años	127	33,0	33,0	82,6
40 - 50 años	58	15,1	15,1	97,7
51 años en adelante	9	2,3	2,3	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Figura 44

EDAD



Resultados y Discusión

En lo que a edad concierne los ciudadanos de 40 – 50 años representan el 15,06 % de los encuestados, las personas de 29 – 39 años de edad ocupan la plaza del 32,99 %, indicando así que el intervalo más significativo de la investigación fue de 18 – 28 años con el 49,61 %.

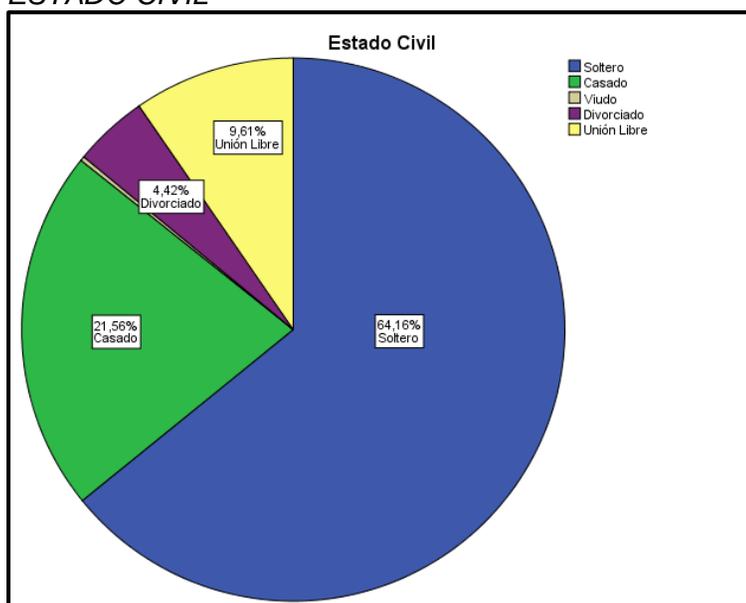
Tabla 33

ESTADO CIVIL

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Soltero	247	64,2	64,2	64,2
Casado	83	21,6	21,6	85,7
Viudo	1	0,3	0,3	86,0
Divorciado	17	4,4	4,4	90,4
Unión Libre	37	9,6	9,6	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Figura 45

ESTADO CIVIL



Resultados y Discusión

De la población encuestada el 64,16% son ciudadanos solteros, seguidos por el 21,56% los cuales se encuentran casados; el 9,61% de la población permanece en unión libre y tan solo el 4,42% se han divorciado, por lo que todos los encuestados aportan gran valor a los resultados de la investigación ya que pueden optar por cualquier tipo de evento.

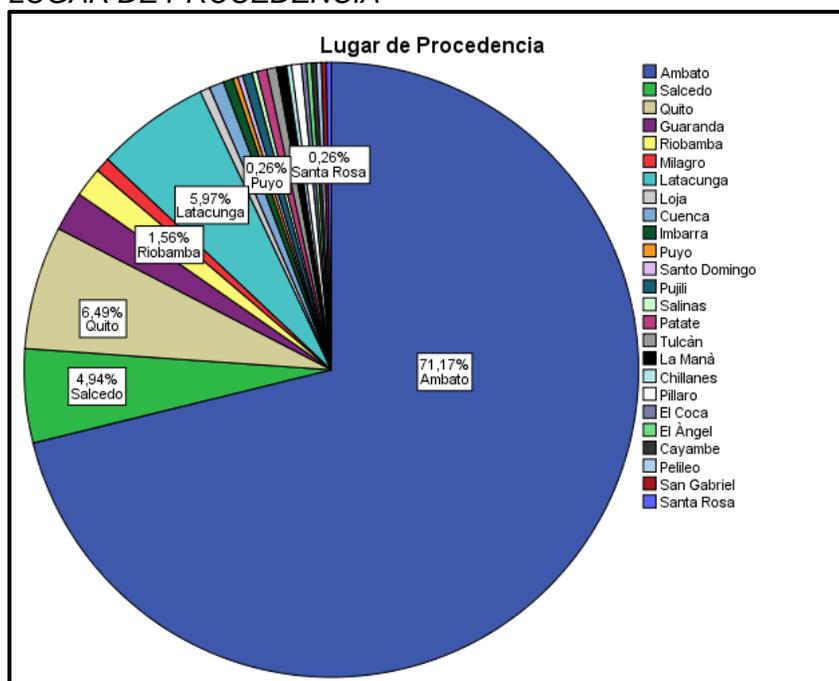
Tabla 34

LUGAR DE PROCEDENCIA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ambato	274	71,2	71,2	71,2
Salcedo	19	4,9	4,9	76,1
Quito	25	6,5	6,5	82,6
Guaranda	8	2,1	2,1	84,7
Riobamba	6	1,6	1,6	86,2
Milagro	3	0,8	0,8	87,0
Latacunga	23	6,0	6,0	93,0
Loja	2	0,5	0,5	93,5
Cuenca	3	0,8	0,8	94,3
Imbarra	2	0,5	0,5	94,8
Puyo	1	0,3	0,3	95,1
Santo Domingo	1	0,3	0,3	95,3
Pujili	2	0,5	0,5	95,8
Salinas	1	0,3	0,3	96,1
Patate	2	0,5	0,5	96,6
Tulcàn	2	0,5	0,5	97,1
La Manà	2	0,5	0,5	97,7
Chillanes	1	0,3	0,3	97,9
Pillaro	2	0,5	0,5	98,4
El Coca	1	0,3	0,3	98,7
El Àngel	1	0,3	0,3	99,0
Cayambe	1	0,3	0,3	99,2
Pelileo	1	0,3	0,3	99,5
San Gabriel	1	0,3	0,3	99,7
Santa Rosa	1	0,3	0,3	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Figura 46

LUGAR DE PROCEDENCIA



Resultados y Discusión

Al hablar del lugar de procedencia, se determinó que el 71,17 % son ciudadanos pertenecientes a la localidad de estudio, seguido de personas de la ciudad de Quito las cuales representan un 6,49 %, Latacunga por su parte aporta a la investigación con el 5,97 % de población, Salcedo mantiene un 4,94 % de ciudadanos; un 1,56 % representan a la ciudad de Riobamba, y tan solo el 0,26 % de ciudadanos proceden de la ciudad del Puyo. Es importante destacar que existen porcentajes pertenecientes a otras ciudades del Ecuador las cuales también aportan gran importancia a la investigación.

- **Cuestionario:** Esta sección se encuentra conformada por 12 preguntas las cuales tienen como objeto investigar a cerca del turismo de romance en la ciudad de Ambato, a partir de la encuesta se generó la siguiente información.

Tabla 35

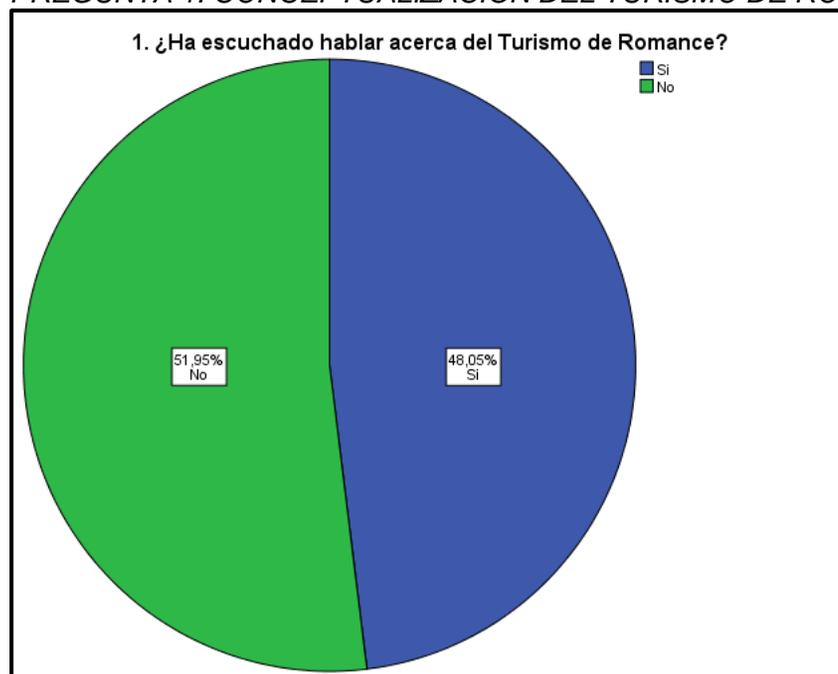
PREGUNTA 1: CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO DE ROMANCE

1. ¿Ha escuchado hablar acerca del Turismo de Romance?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	185	48,1	48,1	48,1
No	200	51,9	51,9	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Figura 47

PREGUNTA 1: CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO DE ROMANCE



Resultados y Discusión

En cuanto a los datos obtenidos en la presente investigación, la primera interrogante a estudiar fue acerca del conocimiento sobre el turismo de romance; para lo cual se obtuvo que el 51,95 % de encuestados no conocían el termino en mención y tan solo un 48,05 % lo habían escuchado o mantenían conocimientos básicos sobre el mismo.

Tabla 36

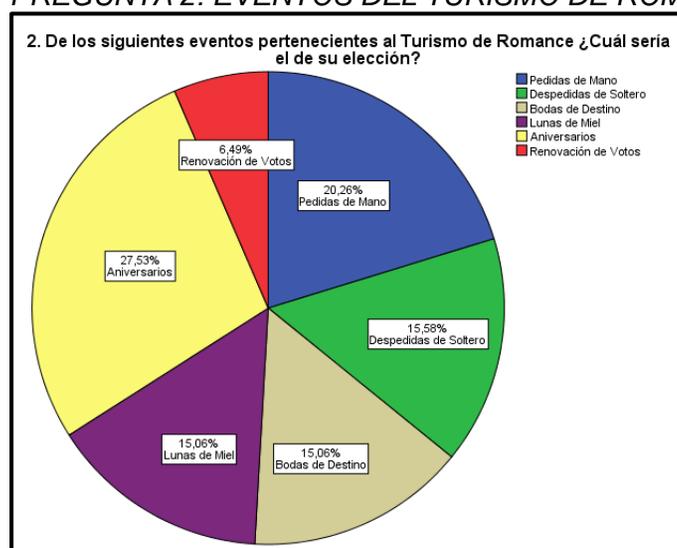
PREGUNTA 2: EVENTOS DEL TURISMO DE ROMANCE

2. De los siguientes eventos pertenecientes al Turismo de Romance ¿Cuál sería el de su elección?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pedidas de Mano	78	20,3	20,3	20,3
Despedidas de Soltero	60	15,6	15,6	35,8
Bodas de Destino	58	15,1	15,1	50,9
Lunas de Miel	58	15,1	15,1	66,0
Aniversarios	106	27,5	27,5	93,5
Renovación de Votos	25	6,5	6,5	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Figura 48

PREGUNTA 2: EVENTOS DEL TURISMO DE ROMANCE



Resultados y Discusión

Otro hallazgo que permitió obtener la investigación, fue verificar que del 100% de ciudadanos encuestados, el 27,53 % mencionó que el evento de su preferencia son los aniversarios, un 20,26 % manifestaron que les gustaría celebrar una pedida de mano en la ciudad de Ambato; por su parte el 15,58 % realizaría una boda de destino y tan solo un 6,49 % renovarían sus votos. Finalmente, se puede mencionar que la población encuestada si realizaría eventos pertenecientes al turismo de romance.

Tabla 37

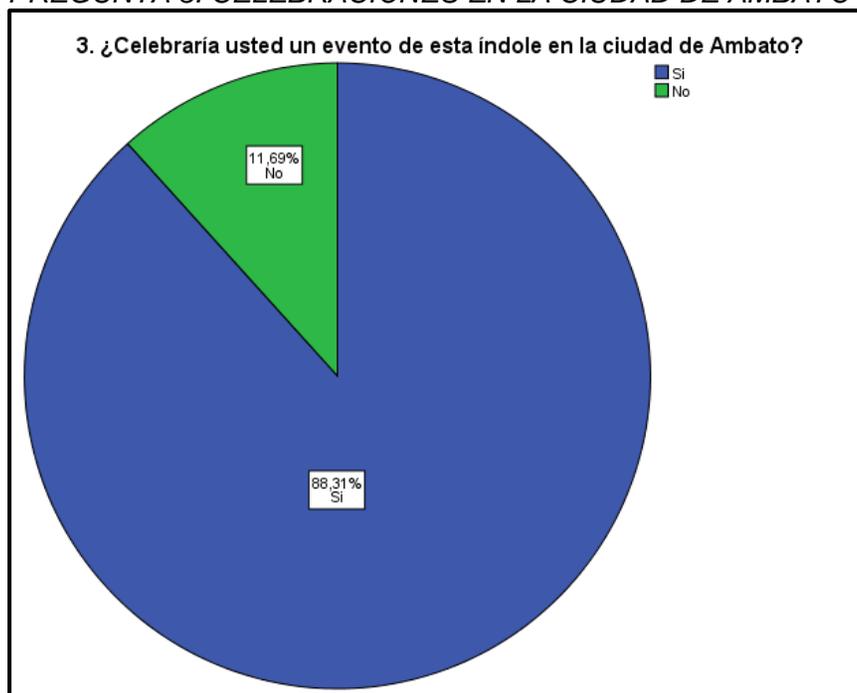
PREGUNTA 3: CELEBRACIONES EN LA CIUDAD DE AMBATO

3. ¿Celebraría usted un evento de esta índole en la ciudad de Ambato?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	340	88,3	88,3	88,3
No	45	11,7	11,7	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Figura 49

PREGUNTA 3: CELEBRACIONES EN LA CIUDAD DE AMBATO

**Resultados y Discusión**

Una vez aplicada la encuesta, se determinó que el 88,33 % de ciudadanos celebrarían los eventos de su preferencia en la ciudad de Ambato y tan solo el 11,69 % no lo haría por factores diversos al tema de investigación. En conclusión, la población encuestada mantiene una carta abierta a celebrar sus ocasiones especiales dentro de la localidad de estudio.

Tabla 38

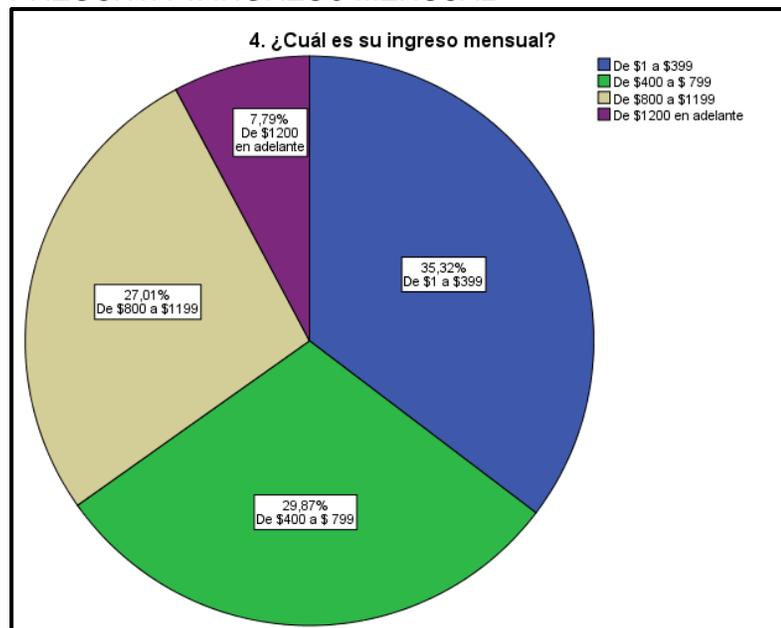
PREGUNTA 4: INGRESO MENSUAL

4. ¿Cuál es su ingreso mensual?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De \$1 a \$399	136	35,3	35,3	35,3
De \$400 a \$ 799	115	29,9	29,9	65,2
De \$800 a \$1199	104	27,0	27,0	92,2
De \$1200 en adelante	30	7,8	7,8	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Figura 50

PREGUNTA 4: INGRESO MENSUAL



Resultados y Discusión

Al hablar de ingresos mensuales los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 35,32 % manifestó que percibe cantidades que oscilan entre 1 y 399 dólares americanos, el 29,87 % recibe de 400 a 799 dólares, el tercer segmento gana entre 800 y 1199 dólares y finalmente 7,79 % gana sumas superiores a 1200 dólares; por lo que se considera que los segmentos dentro de la ciudad de Ambato son variados.

Tabla 39

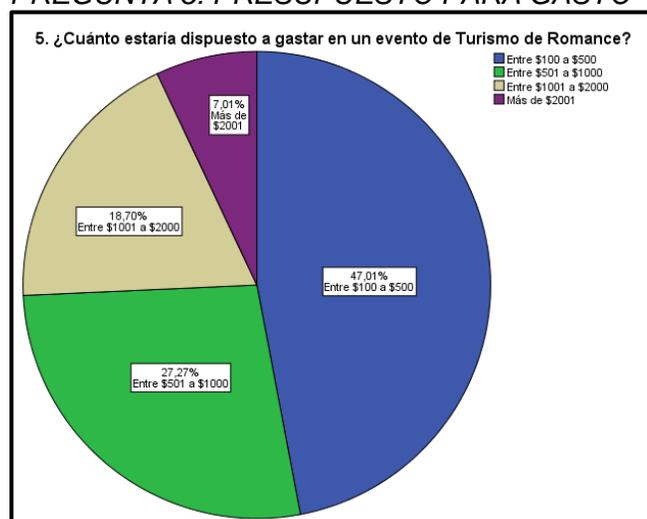
PREGUNTA 5: PRESUPUESTO PARA GASTO

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en un evento de Turismo de Romance?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entre \$100 a \$500	181	47,0	47,0	47,0
	Entre \$501 a \$1000	105	27,3	27,3	74,3
	Entre \$1001 a \$2000	72	18,7	18,7	93,0
	Más de \$2001	27	7,0	7,0	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Figura 51

PREGUNTA 5: PRESUPUESTO PARA GASTO



Resultados y Discusión

Del total de personas encuestadas los datos más pertinentes sobre el gasto que ellas realizarían para un evento de Turismo de Romance es que gastarían de \$100 a \$500 con un 47,01 %, mientras con un 27,27 % serían más de \$500 dólares para solventar este tipo de eventos, un dato relevante fue observar que el menor porcentaje estarían dispuestos a gastar más de \$2000 en su evento.

Tabla 40

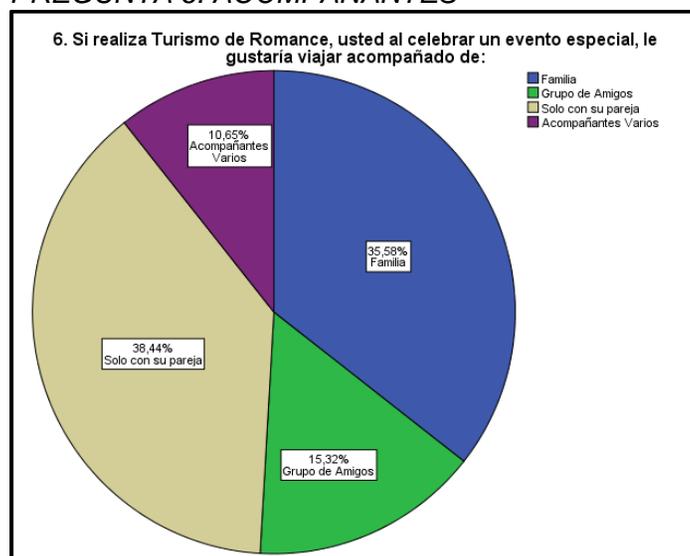
PREGUNTA 6: ACOMPAÑANTES

6. Si realiza Turismo de Romance, usted al celebrar un evento especial, le gustaría viajar acompañado de:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Familia	137	35,6	35,6	35,6
Grupo de Amigos	59	15,3	15,3	50,9
Solo con su pareja	148	38,4	38,4	89,4
Acompañantes Varios	41	10,6	10,6	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Figura 52

PREGUNTA 6: ACOMPAÑANTES



Resultados y Discusión

Como resultado del estudio sobre con quien estaría dispuesto la pareja a estar acompañada en un evento especial con un 38,44% decidió que lo harían simplemente con su pareja, aunque con 35,58% decidió que lo harían con sus familiares para poder celebrar estas fechas especiales, y el porcentaje restante con sus amigos y algunos otros acompañantes.

Tabla 41

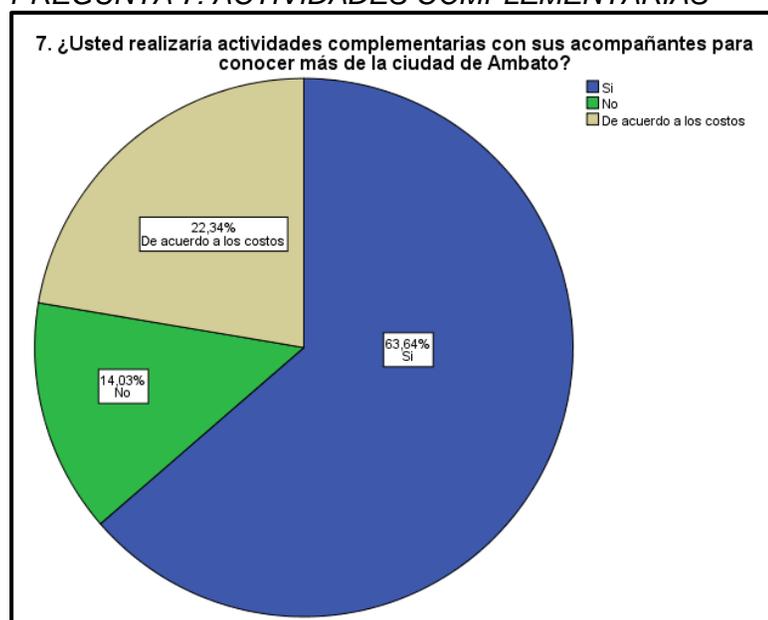
PREGUNTA 7: ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

7. ¿Usted realizaría actividades complementarias con sus acompañantes para conocer más de la ciudad de Ambato?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	245	63,6	63,6	63,6
No	54	14,0	14,0	77,7
De acuerdo a los costos	86	22,3	22,3	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Figura 53

PREGUNTA 7: ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS



Resultados y Discusión

Mayormente con un 63,63 % decidiría realizar un evento dentro de la ciudad de Ambato, y con un 22,34 % no lo haría, se demuestra entonces que los encuestados si quisieran realizar un evento de turismo de romance aunque el porcentaje restante dependerá del costo de los servicios para realizar dicha ceremonia.

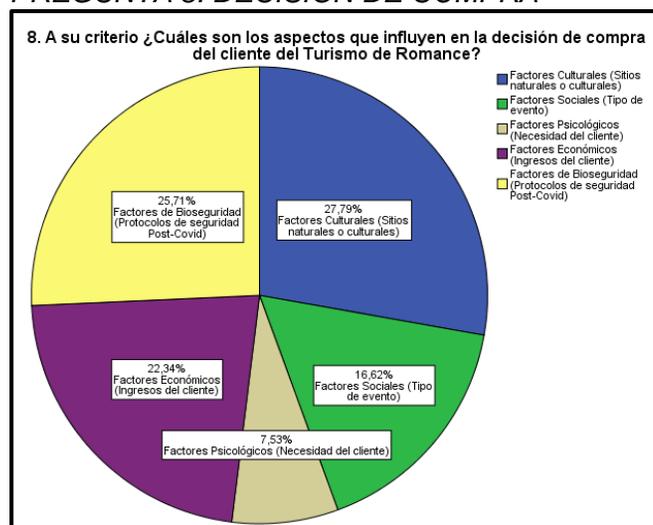
Tabla 42

PREGUNTA 8: DECISIÓN DE COMPRA

8. A su criterio ¿Cuáles son los aspectos que influyen en la decisión de compra del cliente del Turismo de Romance?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Factores Culturales (Sitios naturales o culturales)	107	27,8	27,8	27,8
Factores Sociales (Tipo de evento)	64	16,6	16,6	44,4
Factores Psicológicos (Necesidad del cliente)	29	7,5	7,5	51,9
Factores Económicos (Ingresos del cliente)	86	22,3	22,3	74,3
Factores de Bioseguridad (Protocolos de seguridad Post-Covid)	99	25,7	25,7	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Figura 54

PREGUNTA 8: DECISIÓN DE COMPRA**Resultados y Discusión**

El resultado de la investigación demuestra que va a depender mucho de los recursos naturales y culturales (27,79 %) que se encuentren en el lugar para poder realizar un evento, aunque también por cuestiones de seguridad (25,71 %) uno de los factores que tomaron en cuenta para realizar algún evento es el de Bioseguridad por cuestión de la pandemia actualmente y los protocolos a seguir por lo antes mencionado.

Tabla 43

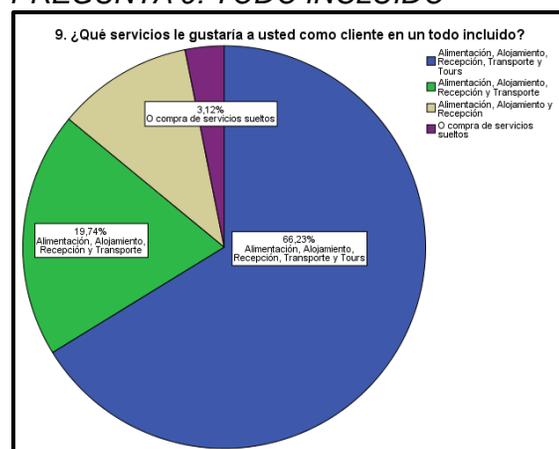
PREGUNTA 9: TODO INCLUIDO

9. ¿Qué servicios le gustaría a usted como cliente en un todo incluido?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alimentación, Alojamiento, Recepción, Transporte y Tours	255	66,2	66,2	66,2
Alimentación, Alojamiento, Recepción y Transporte	76	19,7	19,7	86,0
Alimentación, Alojamiento y Recepción	42	10,9	10,9	96,9
O compra de servicios sueltos	12	3,1	3,1	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Figura 55

PREGUNTA 9: TODO INCLUIDO



Resultados y Discusión

En cuanto a que servicios le gustaría al cliente adquirir al momento de realizar un evento la mayoría con 66,72 % le gustaría todo incluido con respecto a alojamiento, alimentación, recepción, transporte y tours, siguiéndole con un 19,74 % que solo desearía todos menos el tour, cabe recalcar que las personas siempre buscan estar en un lugar donde les puedan ofrecer la mayor cantidad de servicios necesarios.

Tabla 44

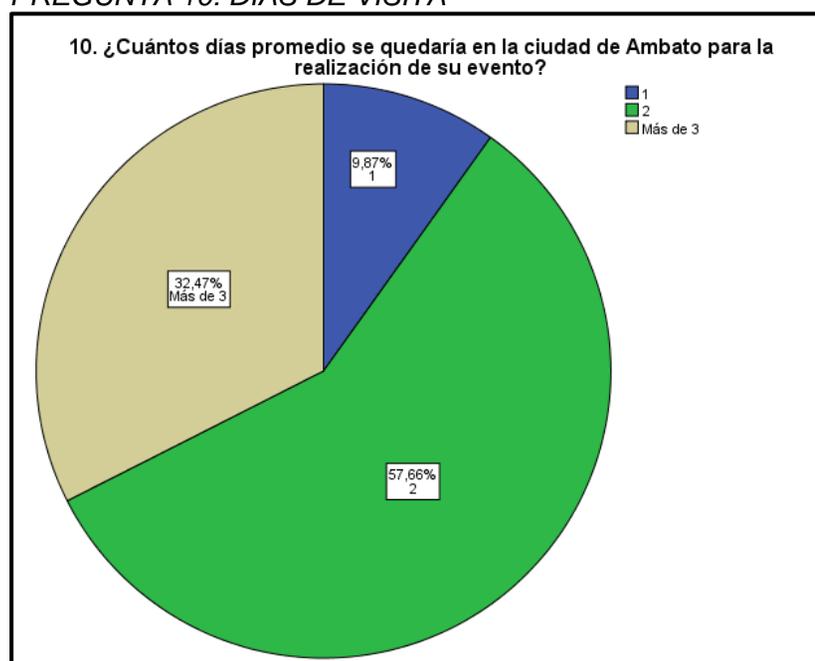
PREGUNTA 10: DÍAS DE VISITA

10. ¿Cuántos días promedio se quedaría en la ciudad de Ambato para la realización de su evento?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	38	9,9	9,9	9,9
2	222	57,7	57,7	67,5
Más de 3	125	32,5	32,5	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Figura 56

PREGUNTA 10: DÍAS DE VISITA



Resultados y Discusión

Al momento de elegir cuantos días estarían en promedio las personas en la ciudad de Ambato un promedio de dos días (57,66 %), si se quedaría a pernoctar en la misma, pero también existen personas que pernoctarían más de 3 días (32,47 %), dando a entender que si se puede realizar turismo dentro de la misma.

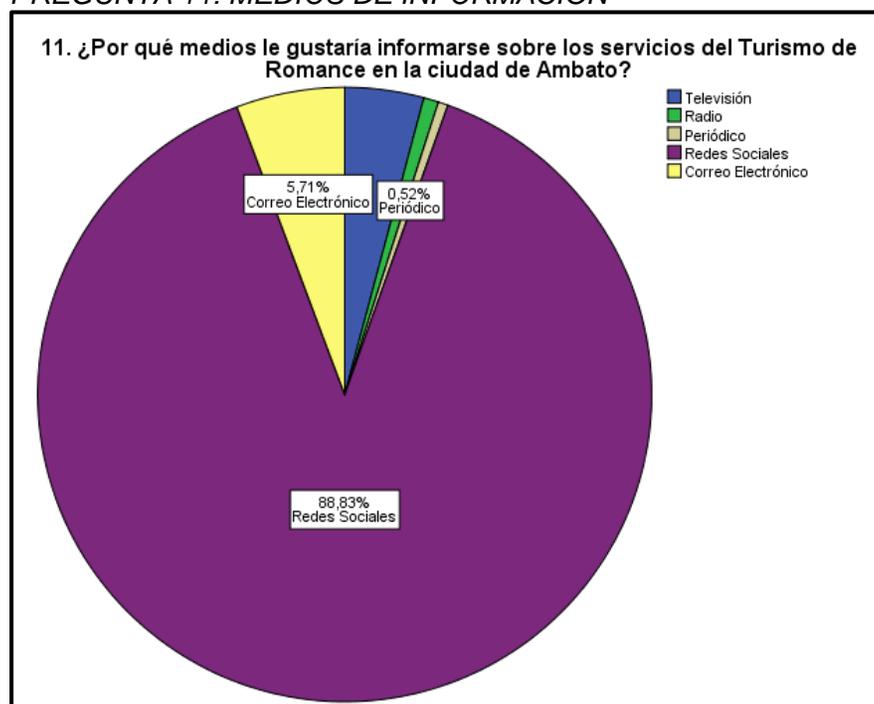
Tabla 45

PREGUNTA 11: MEDIOS DE INFORMACIÓN

11. ¿Por qué medios le gustaría informarse sobre los servicios del Turismo de Romance en la ciudad de Ambato?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Televisión	16	4,2	4,2	4,2
Radio	3	0,8	0,8	4,9
Periódico	2	0,5	0,5	5,5
Redes Sociales	342	88,8	88,8	94,3
Correo Electrónico	22	5,7	5,7	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Figura 57

PREGUNTA 11: MEDIOS DE INFORMACIÓN**Resultados y Discusión**

En cuanto a los datos más relevantes sobre por qué medio se quisieran informar, la mayoría de encuestados afirma que sería más conveniente por redes sociales (88,83 %), ya que hoy en día es una de las plataformas más útiles para difundir información.

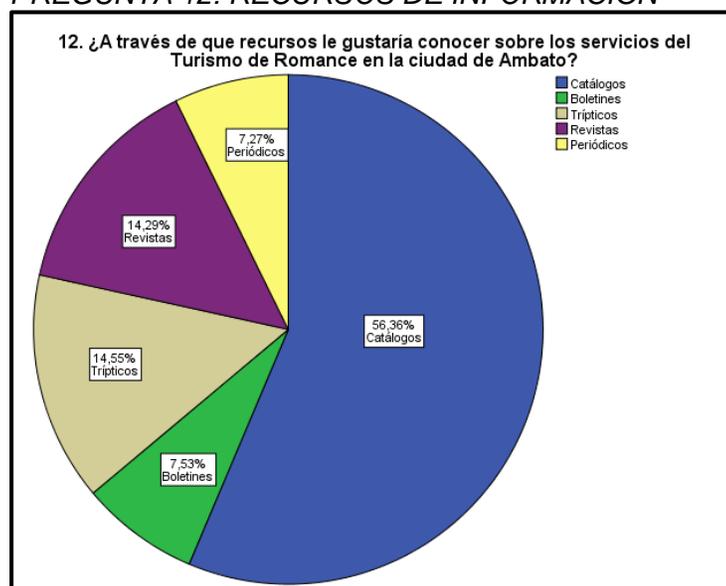
Tabla 46

PREGUNTA 12: RECURSOS DE INFORMACIÓN

12. ¿A través de que recursos le gustaría conocer sobre los servicios del Turismo de Romance en la ciudad de Ambato?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Catálogos	217	56,4	56,4	56,4
Boletines	29	7,5	7,5	63,9
Tripticos	56	14,5	14,5	78,4
Revistas	55	14,3	14,3	92,7
Periódicos	28	7,3	7,3	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Figura 58

PREGUNTA 12: RECURSOS DE INFORMACIÓN**Resultados y Discusión**

Finalmente, un buen porcentaje (56,36%) de encuestados les gustaría conocer más sobre lo que posee la ciudad de Ambato mediante un catálogo porque es una manera de mostrar de forma rápida y visual los servicios que tiene cada empresa, pero también con un 14,55% les gustaría que se lo realice por medio de trípticos.

b) Entrevista

Para obtener datos de la oferta se realizó varias entrevistas a la planta turística de la ciudad de Ambato, dentro de las cuales se tomó la siguiente lista para poder obtener el criterio personal de los involucrados de manera directa. Es importante mencionar que el análisis de las entrevistas se realizó a partir de su clasificación generando como resultado 7 puntos de vista, tal y como se indica a continuación.

Tabla 47

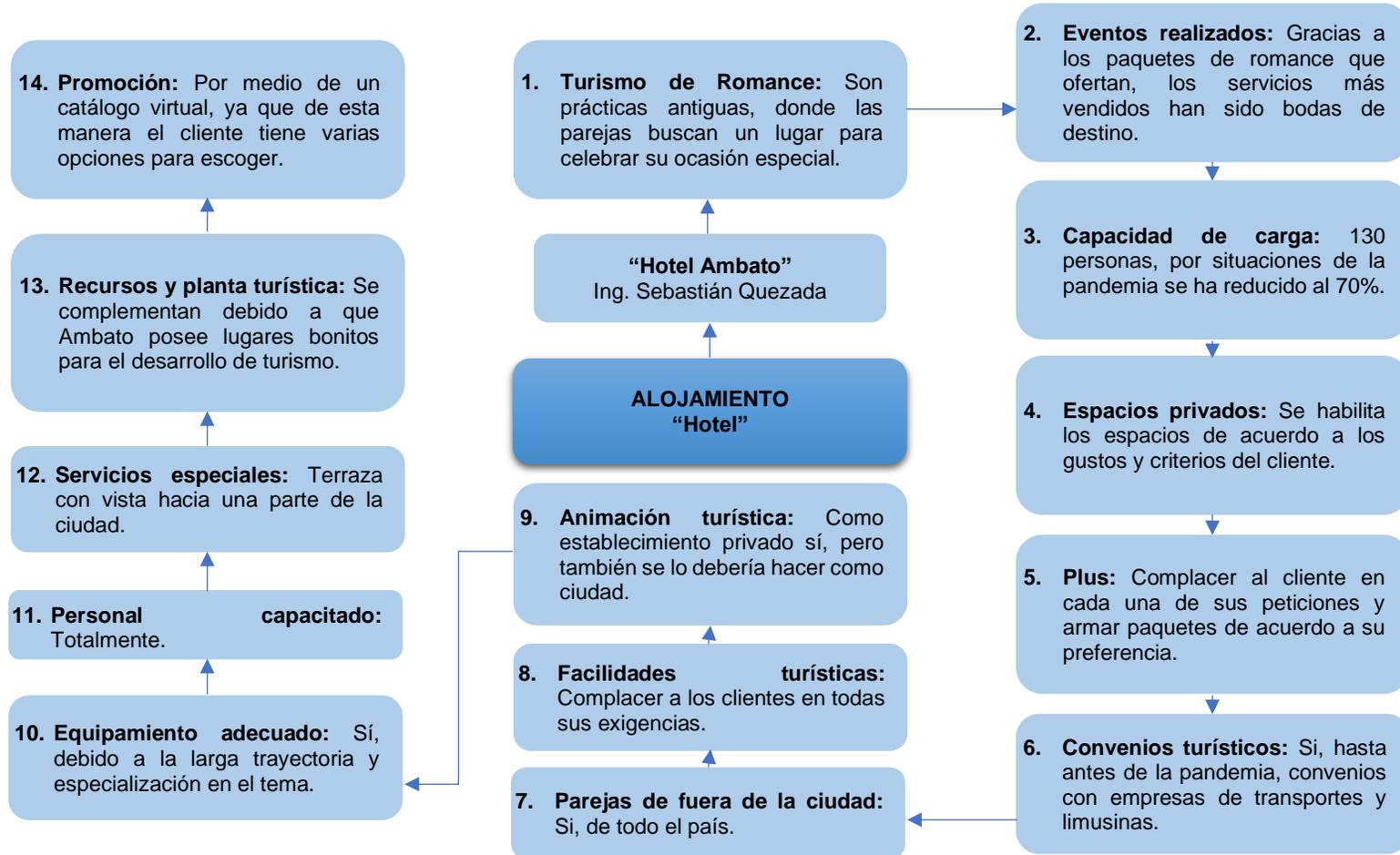
ÍTEMS PARA ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN
Alojamiento	Hotel
	Cafeterías
Alimentos y Bebidas	Discotecas
	Restaurantes
Intermediación	Sala de Recepciones y Banquetes
Operación e Intermediación	Agencias de Viajes Internacional
Transporte Turístico	Transporte Terrestre

Nota: La tabla presentada indica la lista de ítems para en análisis de entrevistas, en base a Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación, 2020.

Figura 59

LLUVIA DE IDEAS: HOTEL



ANÁLISIS

De acuerdo con lo afirmado, por el responsable de ventas del Hotel Ambato, Ing. Sebastián Quezada, la práctica de turismo de romance se la viene realizando desde mucho tiempo atrás dentro de las instalaciones, sus estrategias para atraer mayor cantidad de turistas ha sido la elaboración de paquetes a gusto y preferencia de los mismos con el fin de brindar un servicio de calidad; otro de los factores fundamentales para el desarrollo de actividades románticas ha sido su amplio aforo para la recepción de invitados y la preparación de sitios estratégicos para su comodidad y la de su pareja.

Comenta también que hasta antes de la pandemia el Hotel Ambato mantenía convenios con empresas de transporte y limusinas para un servicio personalizado y especial, cumpliendo así ciertos requisitos que presentaban las parejas para sus celebraciones. El desarrollo del turismo de romance dentro de la ciudad se desarrollaba con normalidad, sin ser el lugar de procedencia un factor a considerarse al momento de realizar un evento, pues las parejas únicamente presentaban sus deseos y el hotel se encargaba de hacerlos realidad.

La animación turística dentro del establecimiento es uno de los factores que no se puede dejar de lado a la hora de celebrar, sin embargo, considera que es necesario que también se realice animación en la ciudad, para que de esta manera el turismo se promocióne a más personas, la ciudad posee recursos que merecen ser mostrados a la ciudadanía en general y la idea de un catálogo virtual ayudará a que propios y extraños pueden escoger los establecimientos de su preferencia, ya que la planta turística de la ciudad de Ambato es amplia y variada.

Figura 60

LLUVIA DE IDEAS: CAFETERÍAS



ANÁLISIS

En lo que a cafeterías respecta, es importante considerar todos los aspectos obtenidos de la entrevista, para este sector el turismo de romance es una propuesta novedosa en la cual se puede tener un encuentro íntimo e iniciar nuevas experiencias entre familiares y amigos, además de ello es también un ente fundamental para el desarrollo económico. Los eventos que más se han desarrollado dentro de esta índole son: aniversarios, pedidas de mano y despedidas de solteros; siempre cubriendo las necesidades y deseos del cliente gracias a los diferentes paquetes ofertados, infraestructura, ambientación y sobre todo calidad y experiencia.

Dentro de la ciudad de Ambato los turistas podrán elegir establecimientos con aforos que van desde las 36 hasta las 200 personas, además de ello algunas de las cafeterías encuestadas mantienen convenios con otros establecimientos para generar promoción entre los mismos. En el caso de animación turística todas las cafeterías concuerdan en que es necesaria, debido a que aporta valor y entretenimiento a los turistas. Un solo lugar visitado afirmó que su personal no se encuentra capacitado para brindar información turística adecuadamente, mientras que dos establecimientos mencionaron que los recursos turísticos de Ambato no generan atracción debido a que la ciudad es considerada netamente comercial.

Una de las cafeterías afirmó que el catálogo debería realizarse de manera física para apoyar a personas que no poseen medios digitales, mientras que todas concordaron en que por la situación actual que atraviesa el país es preferible realizar la promoción a través de medios digitales.

Figura 61

LLUVIA DE IDEAS: DISCOTECAS



ANÁLISIS

En lo que respecta a discotecas menciona el Sr. Javier Villacis que el turismo de romance es importante y también es una manera de que las parejas puedan tener un encuentro con ellas mismas, tener algo más íntimo, es algo diferente algo novedoso que hoy en día está ganando terreno, al ser un club nocturno con una amplia capacidad se pueden realizar eventos de mayor magnitud, aunque la mayoría de eventos que realizan son despedidas de solteros y en casos ocasionales la pedida de manos.

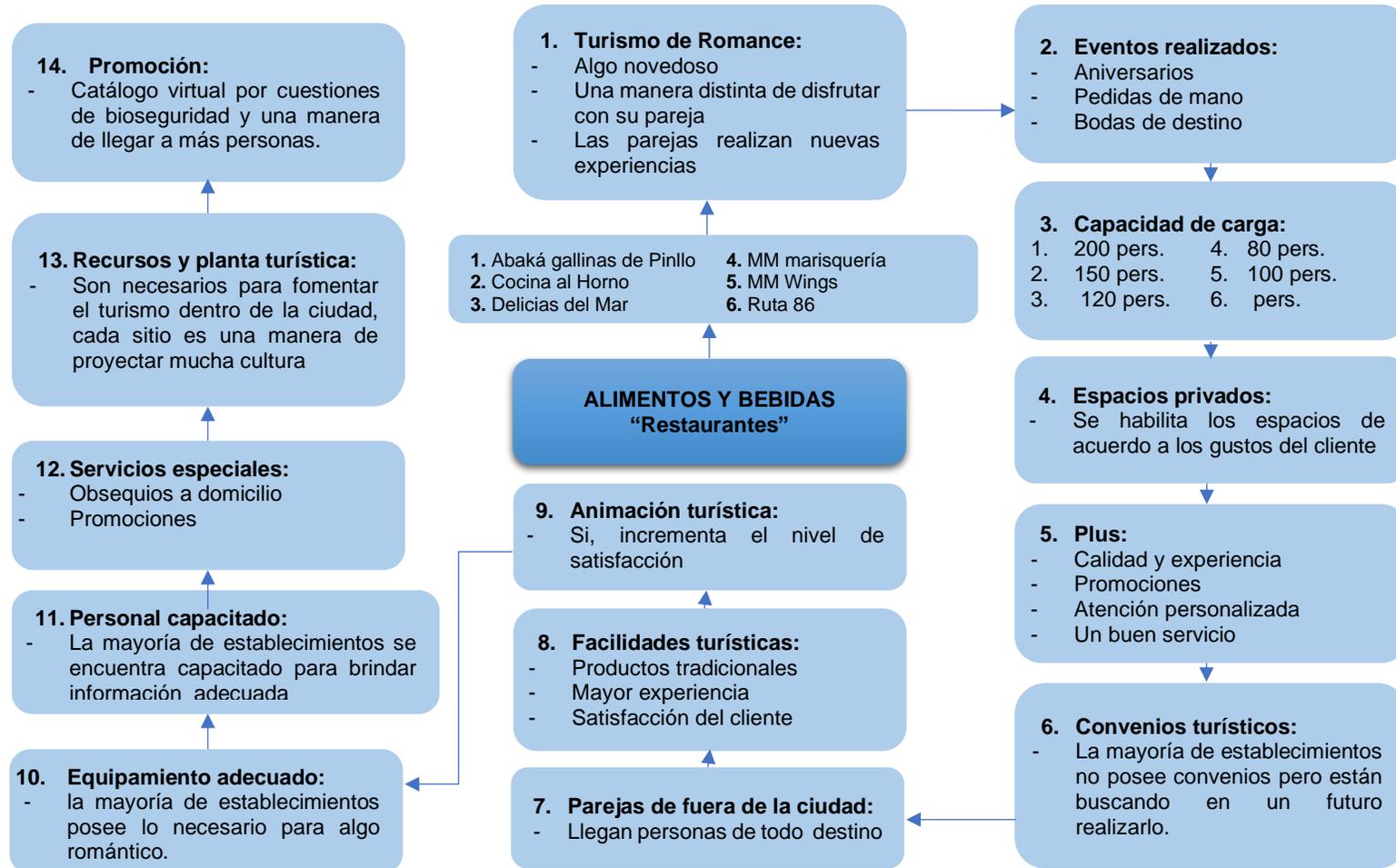
El plus que este bar da a sus clientes es costos accesibles además que tiene la presentación de artistas tanto nacionales e internacionales. Lo que destaca es la calidad del servicio, cabe mencionar que también tiene convenios con otras entidades turísticas como restaurantes dentro de la ciudad y otros proveedores de servicio.

La animación turística dentro de estos tipos de establecimientos es muy importante pues las personas que van a estos lugares buscan un lugar atractivo, un ambiente acogedor y donde puedan estar de manera en la cual se sientan cómodos.

El equipamiento se lo puede acondicionar de acuerdo al momento y a lo que le pida el cliente y su personal se encuentra capacitado para brindar información de los recursos turísticos de la ciudad de Ambato, y que la mejor manera de promocionarlo sería mediante un catálogo virtual, hoy en día se basa solo en la tecnología.

Figura 62

LLUVIA DE IDEAS: RESTAURANTES



ANÁLISIS

En lo que respecta a los restaurantes mencionan en su mayoría que el turismo de romance ha venido ganando mercado pues ahora las personas buscan un lugar acogedor donde puedan realizar algún tipo de evento, donde las parejas puedan estar más cómodas en un sitio en este caso de los restaurantes porque en algunos de ellos se pudo constatar que se realizan pedidas de mano y aniversarios, celebraciones más íntimas que hacen que sus clientes se sientan bien, brindando una mayor experiencia y calidad en el servicio.

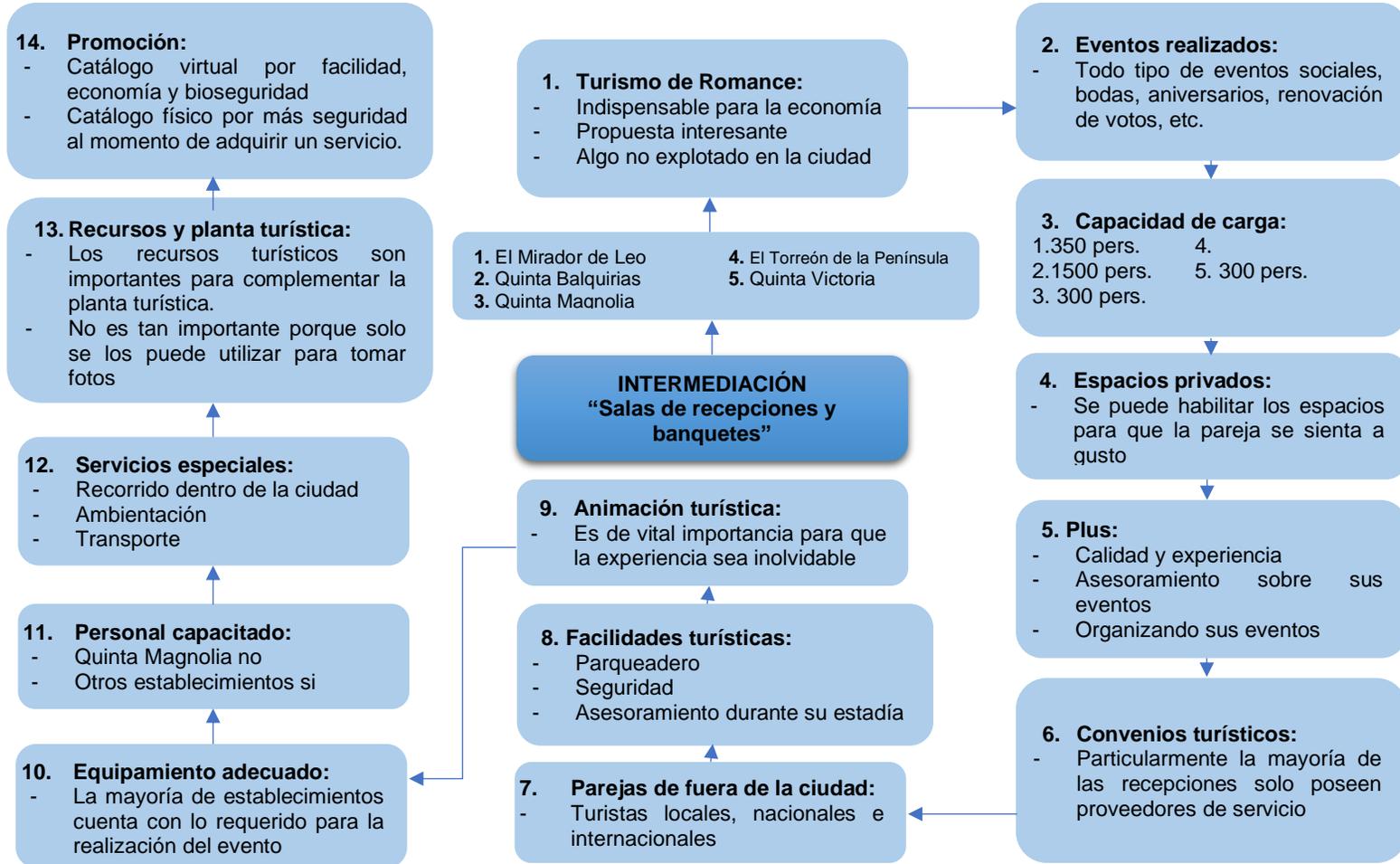
Aunque la mayoría no posee convenios con otras entidades turísticas, algunos piensan en un futuro afianzar alianzas para poder crecer como empresa. También cabe mencionar que dichos establecimientos tienen el equipamiento necesario para realizar alguno de los eventos románticos que se mencionan.

Además, que las personas que trabajan en los restaurantes poseen conocimientos de los lugares turísticos y se encuentran capacitados para dar información necesaria a aquellos que lo necesiten, una de las maneras que estos establecimientos tienen para darse a conocer y que se quisieran darse a conocer es mediante un catálogo virtual pues tiene mayor alcance hoy en día y puede llegar a más personas que un catálogo físico.

Finalmente, este tipo de establecimientos está capacitado para brindar un turismo de romance para aquellos que lo deseen.

Figura 63

LLUVIA DE IDEAS: SALAS DE RECEPCIONES Y BANQUETES



ANÁLISIS

Las salas de recepciones y banquetes consideran al turismo de romance como la base fundamental para sus empresas, ya que la mayoría de eventos que se realizan dentro de las mismas están más ligadas a este tipo de turismo. Los empresarios de las diferentes quintas y recepciones mencionaron que Ambato es una ciudad no solo comercial como se la conoce, sino que tiene muchas cosas más por aportar, los eventos realizados en la mayoría de ellos son eventos sociales como bodas, aniversarios, pedida de manos, renovación de votos y despedidas de solteros.

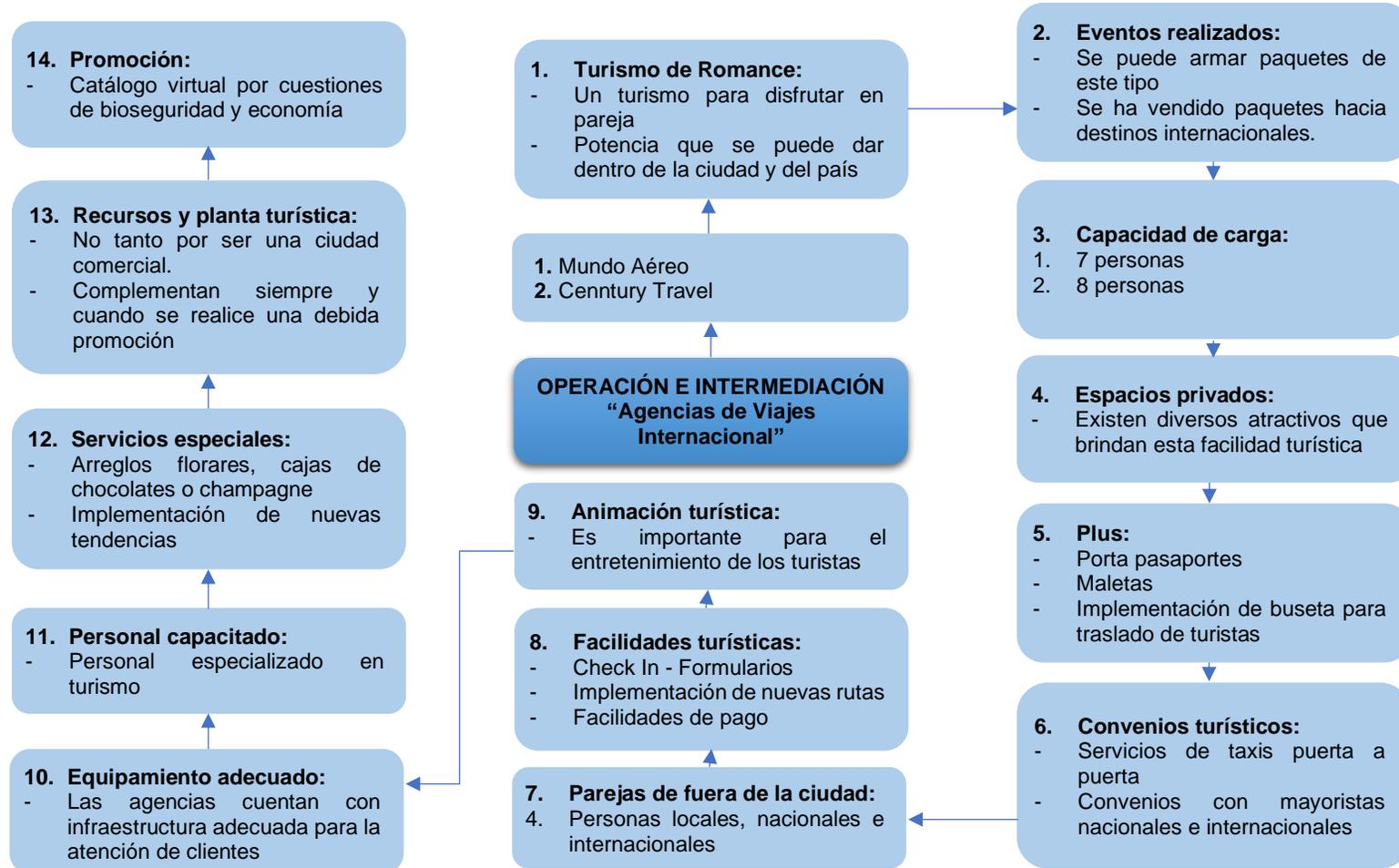
Hoy en día la mayoría de salas de recepciones han incursionado en Wedding Planner ya no solo es un salón donde realizaban su evento sino más bien ellos ayudan a la organización del mismo, y a que todo quede de acuerdo al gusto de cada persona, siempre considerando la opinión del cliente.

La mayoría de salas han trabajado con personas de dentro de la ciudad y fuera, en su totalidad han mencionado que los que adquieren sus servicios son personas que eran de la ciudad de Ambato y ahora radican fuera del país o viven en otra parte del mismo, y que han querido celebrar sus fechas importantes en el lugar donde los vio crecer. Cada empresa posee algo que las hace únicas como salas de recepciones pues sus campos verdes, su vista son algunas de las cosas que se toma en cuenta para adquirir sus servicios.

Estas empresas están de acuerdo que la manera de promocionar sus servicios y la más eficaz para dar a conocer sus quintas es mediante el catálogo virtual porque consideran que tiene mayor alcance para las personas interesadas.

Figura 64

LLUVIA DE IDEAS: AGENCIAS DE VIAJES INTERNACIONAL



ANÁLISIS

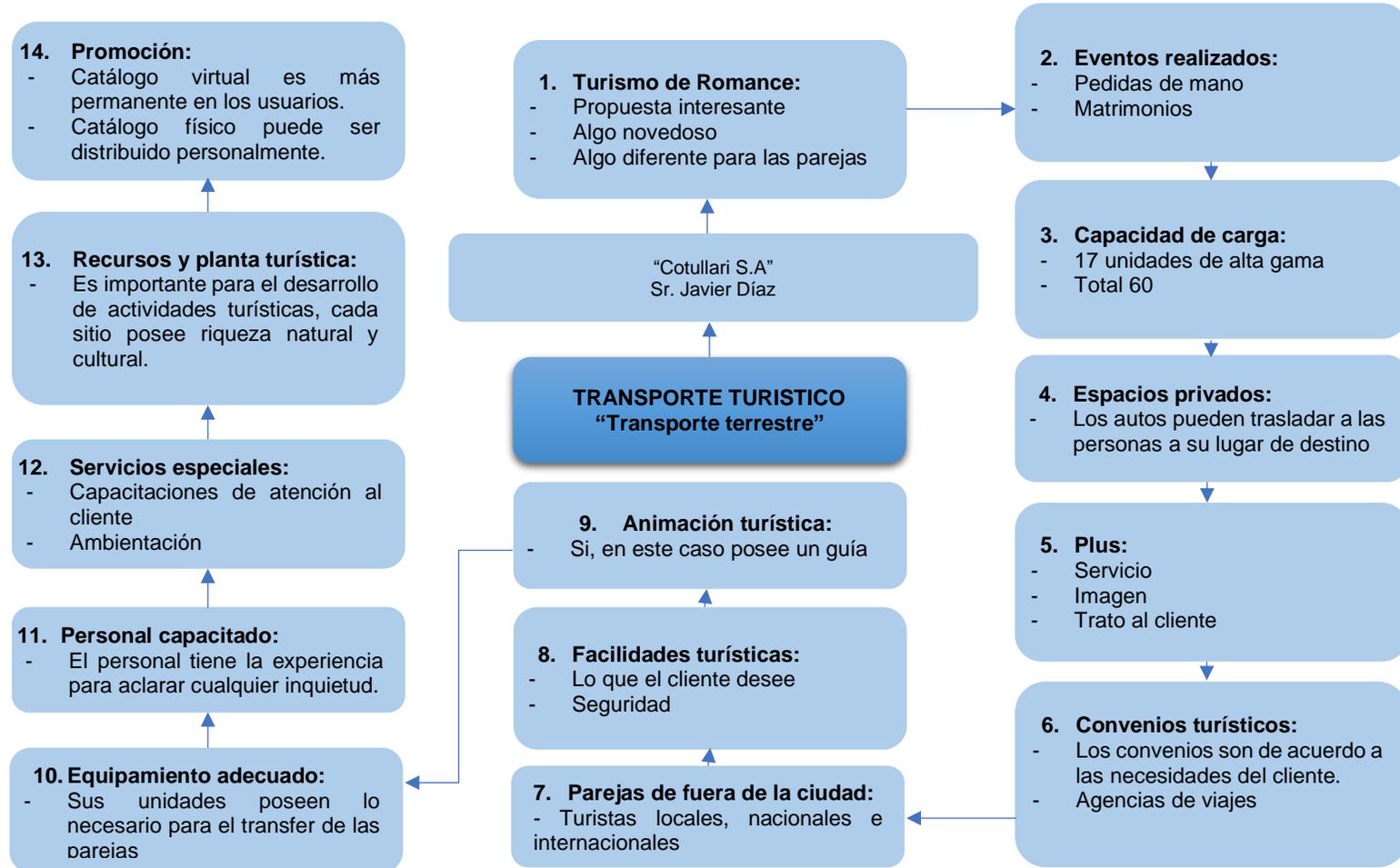
Las agencias de viajes consideran al turismo de romance como una modalidad de ocio para disfrutar en pareja, además de ser una potencia que se puede explotar dentro de la ciudad y del país. En este ámbito las agencias destacan que existen ventas de paquetes para destinos internacionales, pero que, de ser factible, también se puede realizar estas ventas con destino dentro de la localidad y a nivel nacional. Sus oficinas se encuentran aptas para la realización de dicho tema, pues su infraestructura, aforo y personal especializado brindan a los clientes un servicio de calidad.

Como agencias brindan a su clientela varias facilidades tales como ayuda en el check in, implementación de nuevas rutas, comodidad al momento de cancelar los valores adeudados e incluso la implementación de una buseta para el traslado de pasajeros, destacando que la animación turística es importante para el entretenimiento de quienes van a pasar varias horas desplazándose de un lugar a otro.

Al desempeñarse como agentes de turismo, las agencias destacan que de darse la ejecución de esta modalidad de recreación ellas podrían implementar nuevas tendencias y añadir obsequios para atraer a su clientela; por otro lado, mencionan que es necesario promocionar los atractivos de la ciudad para que Ambato deje de ser conocida únicamente como una ciudad comercial.

En lo concerniente al catálogo, ambas agencias consideran que es necesario la publicación virtual del mismo, de esta manera se podrá llegar a más personas indistintamente de su lugar de residencia.

Figura 65
LLUVIA DE IDEAS: TRANSPORTE TERRESTRE



ANÁLISIS

En el transporte turístico el turismo de romance juega un papel importante como lo menciona el Sr. Javier Díaz puesto que actualmente las personas optan por salir de sus lugares de origen hacia otros destinos para realizar algún evento especial, cabe recalcar que hoy por hoy se está volviendo muy común que las parejas elijan una experiencia única al momento de realizar sus fechas importantes es por eso que las empresas de turismo brindan sus servicios de transfer para que las personas puedan llegar a su destino y realizar su evento soñado.

La mayoría de eventos que realizan las empresas de transporte turísticos son matrimonios y pedida de mano claramente ellos son quienes llevan a las parejas, familiares y a todos sus acompañantes al evento, esta empresa ha tenido varias experiencias ligadas al turismo de romance y ahora están implementando nuevas unidades para el desarrollo del mismo, siempre con un buen servicio y brindando la mejor experiencia al cliente.

Están equipados de acuerdo a las necesidades del cliente pues Cotullari S.A se basa mucho en la petición que realiza la persona que adquiere el servicio, también se puede mencionar que la empresa tiene personal que brinda información para que puedan realizar recorridos dentro de la ciudad de Ambato.

Finalmente se puede decir que la empresa de transporte turístico considera importante que se exponga los recursos naturales y culturales de la ciudad de Ambato y que se promoció de forma virtual el catálogo de la propuesta final.

4.1.4. Comprobación de Hipótesis

Ho= La planta turística actual de la ciudad de Ambato no fomentará el Turismo de Romance.

H1= La planta turística actual de la ciudad de Ambato fomentará el Turismo de Romance.

Tabla 48

COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Correlaciones			
		9. ¿Qué servicios le gustaría a usted como cliente en un todo incluido?	2. De los siguientes eventos pertenecientes al Turismo de Romance ¿Cuál sería el de su elección?
9. ¿Qué servicios le gustaría a usted como cliente en un todo incluido?	Correlación de Pearson	1	-,009
	Sig. (bilateral)		,858
	N	385	385
2. De los siguientes eventos pertenecientes al Turismo de Romance ¿Cuál sería el de su elección?	Correlación de Pearson	-,009	1
	Sig. (bilateral)	,858	
	N	385	385

Nota: La tabla indica la correlación que existe entre la planta turística y el turismo de romance

Interpretación:

Se presenta a continuación la correlación entre la planta turística de la ciudad de Ambato y el turismo romance: (r = -0,009; p= 0,858).

r= Correlación

$p =$ Nivel de significancia o Alfa ($\alpha = 5\%$ o $0,05$)

Regla de decisión:

Para identificar si existe o no el fomento del Turismo de Romance, en la ciudad de Ambato se plantea la siguiente prueba estadística de Pearson: planteamiento que se muestra a continuación:

Entonces, $r = -0,009$ la correlación entre las variables es negativa débil por lo tanto se acepta la hipótesis nula. Porque mientras más se acerca r a 1 existe correlación y sucede lo contrario cuando r se aleja de 1 o -1 .

El nivel de confianza es del 95% y Alfa es igual a $0,05$ que es el nivel de significancia de la prueba de Pearson. P es la proporción de turistas dispuestos a realizar turismo romance en la ciudad de Ambato.

Decisión:

Cuando $p \leq 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa planteada por las investigadoras. En este caso $P = 0,858$ y este valor es mayor a $0,05$. Lo que quiere decir que se acepta la Hipótesis nula.

Conclusión:

Se puede afirmar que la planta turística actual de la ciudad de Ambato no fomentará el Turismo de Romance, debido a que el sector turístico atraviesa por una situación de reactivación.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. Introducción

Ecuador por su ubicación geográfica y gracias a sus diferentes atractivos se ha convertido en un destino clave y privilegiado para visitantes a nivel mundial, especialmente norteamericanos y sudamericanos, pues sus escenarios poseen características claves que hacen del país un destino especial para el desarrollo de actividades turísticas de romance. Al poseer atractivos, infraestructura, servicio de calidad y demás facilidades, el país ha demostrado que está en total capacidad para ofertar a sus visitantes eventos de otro nivel.

La provincia de Tungurahua posee cantones que brindan a sus turistas gran variedad de actividades de acuerdo a su gusto y preferencia; aventura, cultura, gastronomía, naturaleza, entre otros con el fin de dar a conocer los destinos y atractivos que los mismos poseen y así potencializarlos a nivel nacional para que todo aquel que lo visite se atreva a conocer cada uno de sus rincones.

Ambato con el paso de los años ha sido conocida como una ciudad netamente comercial, por lo cual, con el desarrollo del presente catálogo lo que se busca es generar que los turistas encuentren en ella las facilidades necesarias para el desarrollo de sus eventos, cumpliendo de esta manera sus sueños e inmortalizando momentos que quedarán guardados en la mente de cada visitante por el resto de sus vidas. De tal manera, para la elaboración del catálogo es prudente un análisis previo sobre el turismo de romance.

5.2. Antecedentes de la propuesta

Las dos variables de la investigación tuvieron un trato diferente y fueron manejadas de forma que al final de la investigación arrojen los datos más certeros posibles.

La variable independiente “Turismo de Romance” fue investigada mediante la elaboración de un cuestionario estructurado, con 12 ítems respectivamente, esta herramienta permitió a los investigadores conocer la demanda que existe con respecto a los diferentes eventos y reuniones que se pueden realizar en torno al turismo de romance y cuál es el nivel de conocimiento que tienen las personas sobre el tema, la variable dependiente “Planta Turística” fue investigada mediante varias entrevistas realizadas a los gerentes, administradores y los encargados de los establecimientos.

Los resultados obtenidos reflejan que existe demanda con respecto al turismo de romance, en la variable independiente los ítems dejan claro que las personas buscan un lugar económico para realizar su evento especial. Dentro de la variable planta turística el resultado que arrojaron las entrevistas expresan que no todos los establecimientos están equipados para fomentar el turismo de romance y de igual manera tampoco tienen el espacio necesario para las parejas, pero que hoy en día ellos buscan renovarse para cumplir a cabalidad las exigencias de los clientes.

Por todo lo mencionado anteriormente la propuesta está enfocada en la elaboración de un catálogo para así fomentar el turismo de romance, mencionando los servicios de cada establecimiento de la planta turística estudiada.

5.3. Justificación

El catálogo es el resultado de la investigación, el cual permitirá informar a la ciudadanía en general acerca de la planta turística y con lo que se encuentra equipada para el fomento del turismo, así las personas interesadas en adquirir este servicio podrán aprovechar la oportunidad de observar los servicios que dispone cada establecimiento de las diferentes categorías para que se pueda convertir en una manera de incentivar al desarrollo y fomento del turismo de romance dentro de la ciudad de Ambato.

La planta turística fomentará el turismo de romance y será importante para el desarrollo social y económico de los habitantes del sector, pues es clave para el crecimiento de la ciudad de Ambato para que no solo sea conocida como una ciudad comercial sino también para ofertar lugares turísticos y la presentación de los establecimientos plasmados en el catálogo serán lo adecuado para aquello.

5.4. Diseño y metodología de la propuesta

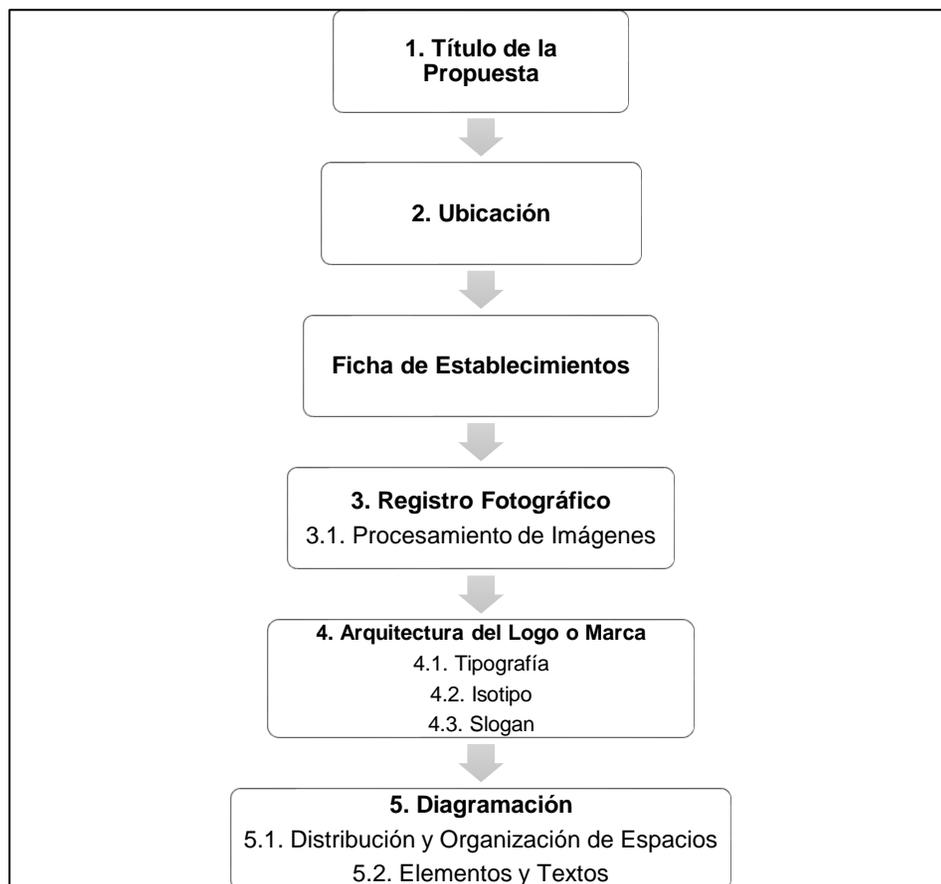
Para el desarrollo de la propuesta, es indispensable enumerar los ítems con los cuales se trabajará, el catálogo presentado en la investigación incluye los establecimientos que desarrollan Turismo de Romance dentro de la ciudad de Ambato, lo cual generará mayor impacto en la promoción y fomento del turismo dentro de dicho sector.

Una vez recolectados todos los datos, tanto de las entrevistas como de las encuestas, se procederá al diseño de la propuesta; en este caso del catálogo. Para ello,

una vez revisadas varias bibliografías se opta por aplicar la metodología que se detalla a continuación.

Figura 66

METODOLOGÍA DE LA PROPUESTA



Nota: El cuadro muestra la metodología que se va a llevar a cabo para el desarrollo de la propuesta por Navarro, 2016, pág. 224.

5.4.1. Título de la propuesta

La propuesta como tal es un catálogo virtual de la planta turística del cantón Ambato, la cual lleva por título:

“AMBATO DESTINO ROMÁNTICO”

5.4.2. Ubicación

El desarrollo de la propuesta se realizará en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, específicamente en cada uno de los 23 establecimientos en los cuales se procedió con la entrevista.

Figura 67

ÁREA DE INVESTIGACIÓN



Nota: En el mapa se visualiza los establecimientos de investigación.

5.4.3. Ficha de establecimientos

Para poder obtener información que destaque dentro del catálogo de romance virtual, fue importante levantar datos de los servicios que ofertan los establecimientos de la ciudad de Ambato, de esta manera se obtuvo pesquisas claves para la estructura, clasificación y organización del entregable. Una vez realizada la entrevista, se procedió a la obtención de datos adicionales a través de una ficha de observación (Tabla 58), la cual ayudó a completar la información para que, al momento de la elaboración del catálogo, este cuente con información adecuada y completa con la finalidad de que todo aquel que lo lea pueda hacer uso de acuerdo a sus necesidades.

Tabla 49

FICHA DE OBSERVACIÓN

	
Actividad:	
Clasificación:	
Nombre del Establecimiento:	
Responsable:	
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	
Capacidad de Carga:	
Teléfonos:	
Correo:	
Ubicación:	
Formas de Pago:	
Página Web:	
Tarifas:	
Servicios:	
Servicios Complementarios:	

Nota: Ficha elaborada para obtener información de los establecimientos.

5.4.4. Registro fotográfico

Para el registro fotográfico se utilizó una cámara Canon 77D, con la cual se registró las fotografías de los establecimientos, de acuerdo a la categorización y a los que estuvieron dispuestos a formar parte del catálogo. Durante el registro fotográfico se pudo observar la infraestructura y el equipamiento que destacan en cada uno de los locales de alimentación y bebidas, alojamiento, intermediación, operación e intermediación y transporte turístico que fueron estudiados, además fueron editadas con Adobe Photoshop con el fin de obtener mejor calidad en la imagen.

Algunas fotografías fueron otorgadas por los dueños o administradores de los establecimientos quienes eligieron las que más les agradaban para que sean incluidas en el catálogo.

Figura 688

PONCHE SUIZO



Nota: La imagen fue tomada por el fotógrafo Cristhian Velastegui

Figura 69**CRÈME BRÛLÉE**

Nota: La imagen fue tomada por el fotógrafo Cristhian Velastegui

Figura 70**HOTEL AMBATO**

Nota: La imagen fue tomada de las redes sociales de Hotel Ambato

Figura 71*QUINTA MIRADOR DE LEO*

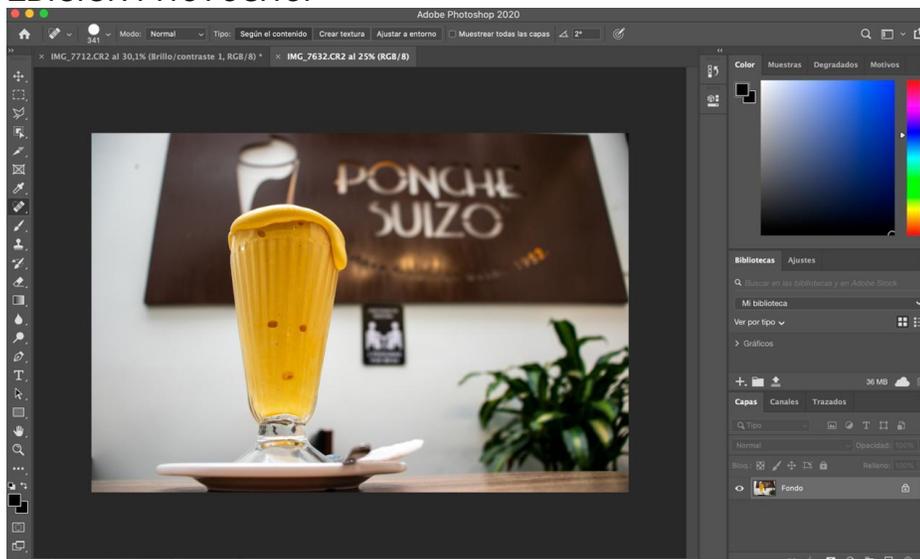
Nota: La imagen fue otorgada por El Mirador de Leo

- **Procesamiento de imágenes**

Toda imagen destinada para el catálogo, debe pasar por un proceso para mejorar sus colores, sombras, contrastes, iluminación, tamaño, entre otras, para llegar a tener una mejor calidad en la imagen. Por ese motivo Adobe Photoshop 2020 es el programa utilizado por la mayoría de fotógrafos al momento de editar y mejorar su trabajo, darle un retoque y mejor realce a cada fotografía.

Figura 72

EDICIÓN PHOTOSHOP



Nota: La imagen muestra la edición de uno de las fotografías tomadas.

5.4.5. Arquitectura del logo o marca

- **Isotipo**

La arquitectura del isotipo se lo elaboró con elementos íconos de Ambato, en este caso la catedral, esta es reconocida a nivel nacional por su re edificación luego de un sismo de gran magnitud, además de ser el edificio más alto de toda la ciudad; a ello se le sumó un corazón debido a que, al hablar del turismo de romance, el amor prevalece en todo aquel que lo escucha.

Figura 73

ISOTIPO



Nota: Elaboración de Isotipo.

- **Slogan**

El slogan nace a partir del tema de investigación, “destino romántico” es la idea con la cual Ambato puede ser conocida en un futuro por su gran oferta dentro de la planta turística, es un lema corto, pero a su vez llamativo para así atraer a cada turista.

Figura 74

SLOGAN



Nota: Elaboración de slogan.

- **Tipografía**

Para el diseño y elaboración del logo se utilizó dos tipos de letra: para el título “Ambato” se seleccionó la tipografía Linowrite y para el desarrollo del slogan se optó por el tipo de letra High Tide - Demo Regular.

Figura 75

TIPOGRAFÍA



Nota: Tipografía de título y slogan.

5.4.6. Diagramación

La diagramación dentro del diseño gráfico, es la distribución adecuada de los diferentes contenidos: escritos, gráficos, multimedia; entre otros, dentro de las diferentes páginas con el fin de dar equilibrio y estética al proyecto realizado.

Para la diagramación del catálogo se utilizó dos programas: Adobe Ilustrador y Adobe Photoshop, los cuáles proporcionaron las herramientas necesarias para el diseño y retoque del producto final.

Figura 76

ADOBE ILUSTRADOR Y ADOBE PHOTOSHOP

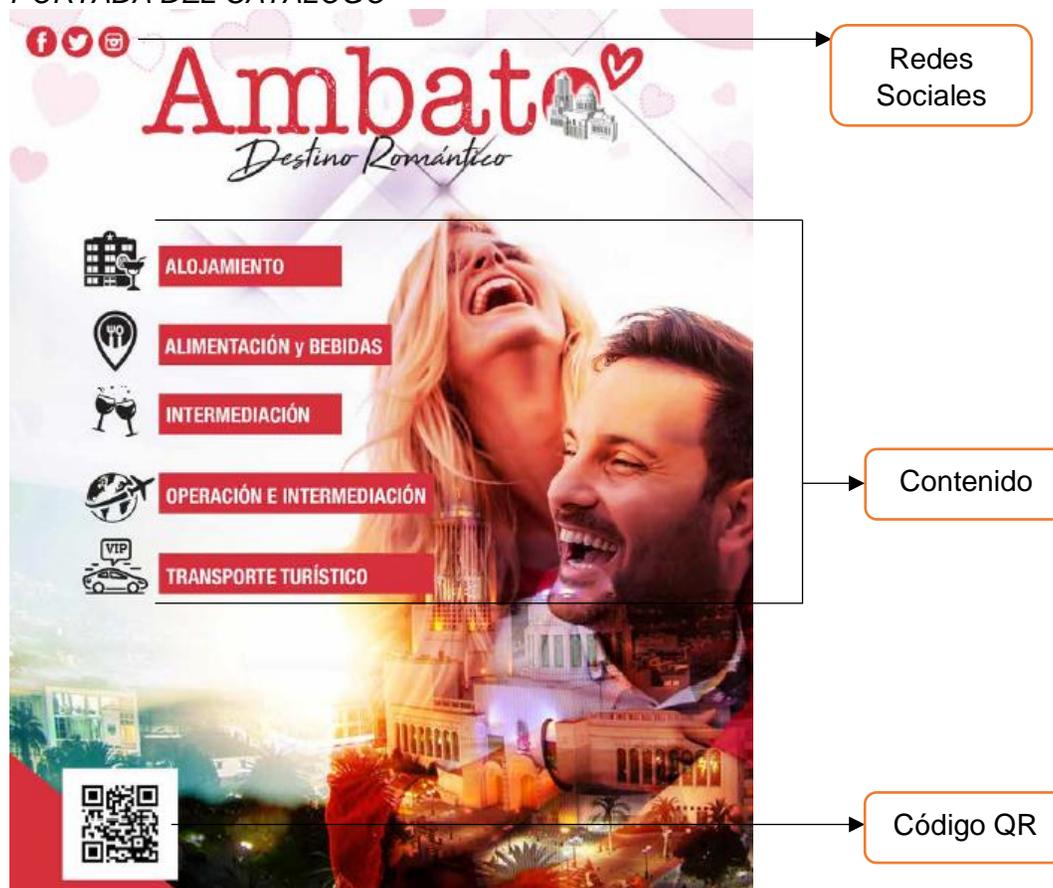


Nota: Programas utilizados en la diagramación del catálogo.

- **Distribución y organización de espacios**

La portada como tal indica elementos claves del catálogo, en este espacio se maneja íconos que dan a conocer las redes sociales en donde se lo puede localizar; se encuentra también el título y slogan como identidad del catálogo, seguido a ello encontramos un contenido breve y explícito de lo cual trata y en la parte inferior se visualiza un código QR para el rápido acceso de quien lo solicite.

Figura 77
PORTADA DEL CATÁLOGO



Nota: Distribución de espacios en la portada.

Para el desarrollo del catálogo la distribución y organización de espacios se lo realiza gracias a la maquetación, con la ayuda de las líneas marcadas de color celeste tal y como se lo visualiza en la figura 79, las cuáles sirven como guías para dividir ordenadamente los textos, imágenes, gráficos e información de manera proporcional, brindando una visualización agradable a los ojos del lector.

Figura 78

CONTENIDO DEL CATÁLOGO

Café Conquistador
Café tradicional ☺
Platos tradicionales ☺
Eventos sociales ☺
Comida y bebida moderna ☺
Promociones diarias ☺

★★★★★ Av. Cevallos y Mera

☎ 03 2820537
☎ 0987573338

📅 Lunes a Sábado 08h30 – 21h00

Café Conquistador inicia sus actividades en el año de 1970 ofertando un menú tradicional con el típico chocolate ambateño, en sus inicios la propietaria fue la Sra. María Miranda, pero con el paso de los años toman la batuta el matrimonio Castillo Ronquillo. En el año 2019 los propietarios asumen un nuevo reto, ampliar un tercer piso para ofertar un menú más moderno y variado. Con 50 años de historia y tradición hoy en día la cafetería se acopla a los gustos del cliente por lo cual inicia con servicios de almuerzos a domicilio.

Forma de pago

☎ bafeconquistador1970@gmail.com

🌐 www.cocinalhorno.com

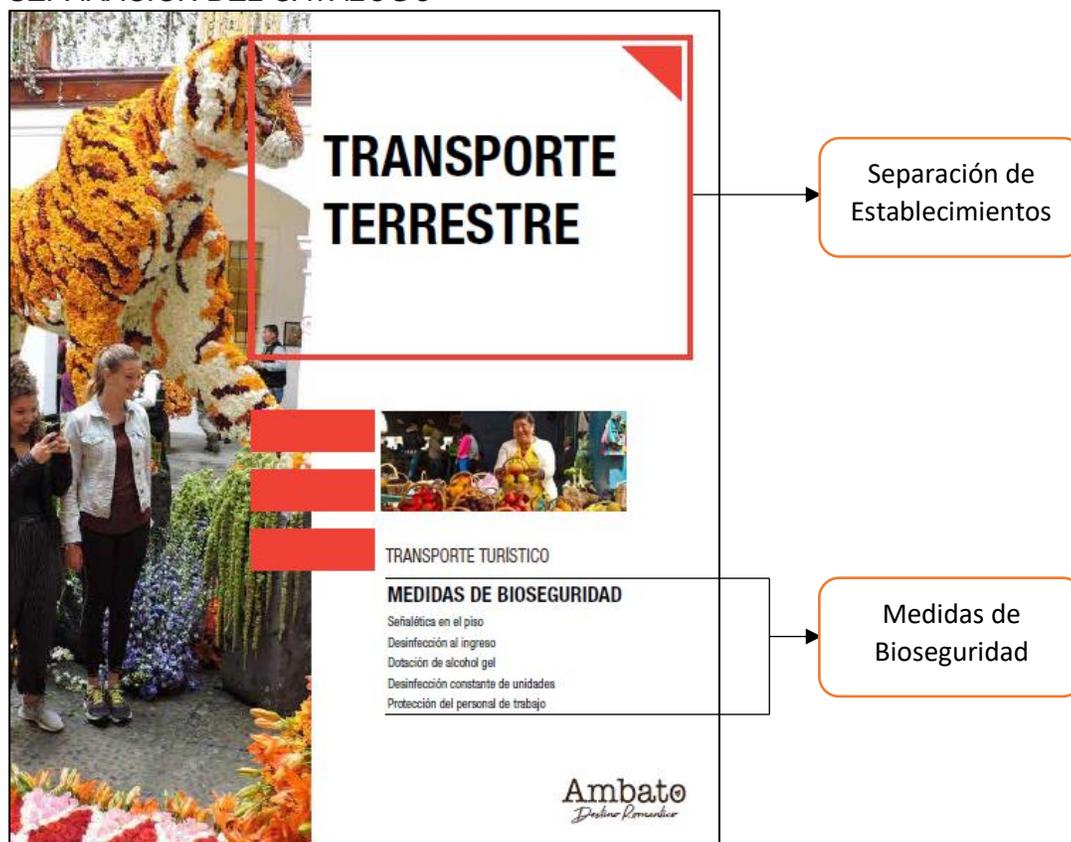
Líneas guía utilizadas en la diagramación

Nota: Líneas de distribución en la elaboración del catálogo.

La separación de establecimientos también juega un papel importante dentro de la distribución ordenada de espacios, para ello se determinó utilizar fotografías propias de la ciudad, además de una distribución ordenada de letras la cual genera que el lector se sienta atraído a continuar con la lectura del catálogo. Debido a la situación por la que atraviesa el país por la pandemia del Covid-19, en cada separador se colocó las medidas de seguridad con la que cada establecimiento cuenta, para así garantizar una estadía cómoda y de seguridad para los turistas.

Figura 79

SEPARACIÓN DEL CATÁLOGO



Nota: Ejemplo de separador de establecimientos del catálogo.

- **Elementos y textos**

La colocación de elementos y textos dentro del catálogo fueron distribuidos en base a la alineación, equilibrio, división y color de acuerdo a la información de cada establecimiento, con el fin de brindar al lector piezas armónicas y con un mensaje claro de los servicios que oferta al público en general.

5.5. Objetivo, finalidad y alcance

- Objetivo

Facilitar información sobre la planta turística a las personas interesadas en realizar algún evento en la ciudad de Ambato mediante el catálogo virtual para fomentar el turismo de romance.

- Finalidad

El catálogo virtual tiene como finalidad presentar los servicios e información de los establecimientos de la ciudad de Ambato que brindan un turismo de romance.

- Alcance

Las empresas seleccionadas para la investigación son pertenecientes al catastro otorgado por la Dirección de Turismo de la ciudad de Ambato.

Incluirá solamente a 23 establecimientos de la planta turística.

5.6. Estructura del catálogo

- **Índice**

- Presentación
- Introducción
- Conceptualización
- Normas de Bioseguridad Covid-19
- Desarrollo
- Créditos
- Referencias Bibliográficas

- **Presentación**

“AMBATO DESTINO ROMÁNTICO” es el resultado de una amplia investigación de campo de varios establecimientos de la planta turística de la ciudad de Ambato, los cuales en su trayectoria han sabido ofertar espectaculares y variados servicios enfocados en la línea de romance.

Este catálogo pone a su disposición alternativas para diferentes eventos de índole romántico, acorde a sus gustos, preferencias y presupuestos para dar realce y hacer inolvidables aquellas ocasiones especiales, las cuales desean compartir con sus seres más allegados.

Sin duda alguna, este trabajo presenta información de los establecimientos, los mismos que servirán de guía para que usted, como turista o demandante elija de acuerdo a su preferencia el o los servicios necesarios para hacer de su evento algo único e incomparable.

- **Introducción**

Actualmente el turismo de romance ha generado a nivel mundial grandes expectativas en lo que a ocio y recreación respecta, pues gran cantidad de parejas buscan realizar sus eventos tales como bodas, lunas de miel, aniversarios, despedidas de solteros, renovación de votos, entre otros, en lugares fuera de lo cotidiano, para que aquellos momentos especiales y de importancia queden como un recuerdo no solo en la mente de sus familiares sino también en la de sus amigos más cercanos. Decoración, delicadeza y un sin número de detalles son importantes a la hora de hacer realidad un sueño.

Por este motivo se desarrolló el presente catálogo, con el objetivo de presentar a todas las personas que desean celebrar una ocasión especial en su vida, los principales establecimientos de la ciudad de Ambato, los cuales a la hora de ofertar sus servicios ayudan al fomento del turismo de romance

- **Conceptualización**

- a) **Turismo de Romance**

La SECTUR define al Turismo de Romance como: Parejas que viajan para celebrar una ocasión especial en su vida, en compañía de sus familiares y amigos.

- b) **Planta Turística**

Boullón (2016) en una de sus obras indica que los servicios ofertados a los turistas que deciden visitar ciertos atractivos, son elaborados por la empresa pública o privada a quien en la actualidad se la conoce como Planta Turística.

- **Desarrollo**

Tabla 50

FICHA HOTEL AMBATO

	
Actividad:	Alojamiento
Clasificación:	Hotel
Nombre del Establecimiento:	Hotel Ambato
Responsable:	Ing. Paul Pinto – Gerente
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>Hotel Ambato, está ubicado en el centro histórico y comercial de la ciudad. Cuenta con habitaciones cómodas, confortables y con todos los servicios tecnológicos que permiten una estadia placentera. Es el único hotel en la ciudad, que posee una vista sin igual del Río Ambato, los Barrios Miraflores y Ficoa, la misma que se la puede disfrutar desde todo el lado suroeste de sus instalaciones.</p>
Capacidad de Carga:	<ul style="list-style-type: none"> • 41 habitaciones dobles. • 17 habitaciones matrimoniales. • 1 suite presidencial.
Teléfonos:	<ul style="list-style-type: none"> • Tel 593 03 2421791 • Fax 593 03 2421790
Correo:	info@hotelambato.com
Ubicación:	Guayaquil 1801 y Rocafuerte, Ambato – Ecuador
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Tarjetas de crédito: American Express, Visa, Master Card y Diners Club. • Depósito. • Pago en efectivo.
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: www.hotelambato.com • Facebook: Hotel Ambato • Instagram: Hotel Ambato
Tarifas:	<ul style="list-style-type: none"> • Habitación doble \$68 • Habitación individual \$58.
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> • Internet de alta velocidad. • Televisión por cable. • Baño privado. • Agua caliente. • Room service. • Habitaciones familiares.
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos sociales. • Equipamiento audiovisual y tecnológico. • Comida y bebida. • Aparcamiento. • Cajas de seguridad. • Lavandería y planchado.

Nota: Información Hotel Ambato

Tabla 51

FICHA CAFÉ CONQUISTADOR

	
Actividad:	Alimentos y Bebidas
Clasificación:	Cafetería
Nombre del Establecimiento:	Café Conquistador
Responsable:	Sr. Franklin Castillo – Gerente
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>Café Conquistador inicia sus actividades en el año de 1970 ofertando un menú tradicional con el típico chocolate ambateño, en sus inicios la propietaria fue la Sra. María Miranda, pero con el paso de los años toman la batuta el matrimonio Castillo Ronquillo. En el año 2019 los propietarios asumen un nuevo reto, ampliar un tercer piso para ofertar un menú más moderno y variado. Con 50 años de historia y tradición hoy en día la cafetería se acopla a los gustos del cliente por lo cual inicia con servicios de almuerzos a domicilio.</p>
Capacidad de Carga:	120 personas.
Teléfonos:	Tel 593 03 2820537
Correo:	cafeconquistador1970@gmail.com
Ubicación:	Av. Cevallos y Mera, Ambato - Ecuador
Horarios de Atención:	Lunes a Sábado 08h30 – 21h00
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Tarjetas de crédito • Pago en efectivo.
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook: Café Conquistador • Instagram: cafeconquistador • WhatsApp: 0987573338
Tarifas:	\$1,00 - \$16,00
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> • Café tradicional. • Platos tradicionales.
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos sociales. • Comida y bebida moderna. • Promociones diarias.

Nota: Información Café Conquistador

Tabla 52

FICHA CAFETERÍA LA FUENTE

	
Actividad:	Alimentos y Bebidas
Clasificación:	Restaurante
Nombre del Establecimiento:	Cafetería la Fuente
Responsable:	Sra. Elsa Coka – Propietaria
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>Al hablar de tradición ambateña La Fuente es una insignia gastronómica propia de la ciudad, dado que la cafetería cuenta con 44 años de historia, no solo es conocida a nivel local, sino también a nivel nacional e internacional. En sus inicios la cafetería inició ofertando productos tradicionales tales como tortillas de verde con café, pero con el pasar del tiempo y dadas las exigencias de su clientela amplió su menú a opciones como humitas, quimbolitos tigrillos, secos, entre otros. Tal y como su eslogan lo dice, cafetería La Fuente brinda a la ciudadanía tradición, aroma y café.</p>
Capacidad de Carga:	60 personas.
Teléfonos:	Tel 593 03 2826756
Correo:	cafeterialafuente@hotmail.com
Ubicación:	Av. Bolívar y Lalama, Ambato – Ecuador
Horarios de Atención:	<ul style="list-style-type: none"> • Lunes a Viernes 08h00 – 17:30 • Sábados 08h00 – 13h00
Formas de Pago:	Efectivo
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook: La Fuente & Cafetería • Instagram: La Fuente • WhatsApp: 0998799473 - 0992980097
Tarifas:	\$1,10 - \$6,00
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> • Desayunos. • Platos tradicionales.
Servicios Complementarios:	Eventos de acuerdo a la necesidad del cliente.

Nota: Información Cafetería La Fuente

Tabla 53

FICHA CAFETERÍA OASIS

 ESPE UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA		ADMINISTRACIÓN turística  hotelera	
Actividad:	Alimentos y Bebidas		
Clasificación:	Cafetería		
Nombre del Establecimiento:	Cafetería Oasis		
Responsable:	Sra. Grace Borja – Administradora		
Logo del Establecimiento:			
Reseña:	<p>Una tradición que perdura desde hace 44 años, Oasis Café & Helados de Paila nace en el año de 1976 en la familia Borja Caicedo, inician como una heladería pequeña y sencilla ofertando a la ciudadanía los tradicionales helados de paila, barquillos, papitas sin marca y tortas. En la actualidad la heladería brinda a su clientela cómodos espacios distribuidos en dos pisos, además de una amplia gama de platillos tradicionales tales como humitas, quimbolitos, cafés, chocolate tradicional, ponche, comida rápida y platos fuertes.</p>		
Capacidad de Carga:	200 personas.		
Teléfonos:	Tel 593 0987644705		
Correo:	luisleninaltunavazquez@gmail.com		
Ubicación:	Calle Sucre y Mariano Egüés, Ambato - Ecuador		
Horarios de Atención:	Lunes a Domingo 08h00 – 21h00		
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Tarjetas de crédito • Pago en efectivo. 		
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: http://www.heladosdepailaoasis.com/ • Facebook: Oasis Heladería • Instagram: Oasis.Heladería.Ambato • WhatsApp: 0995666572 		
Tarifas:	\$1,00 - \$5,75		
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> • Café. • Helados de Paila. 		
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos sociales. 		

Nota: Información Cafetería Oasis

Tabla 54

FICHA CAFETERÍA PONCHE SUIZO

	
Actividad:	Alimentos y Bebidas
Clasificación:	Cafetería
Nombre del Establecimiento:	Ponche Suizo
Responsable:	Lcda. Priscila Viera – Representante Legal
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>Ponche Suizo nace como un negocio familiar en el año de 1952, la idea de comenzar con este delicioso postre surge gracias a la enseñanza de la receta original por parte de un Chef Suizo. La familia Viera inicia sus actividades como “Heladería Suiza”, hasta dar a conocer este delicioso producto a la ciudadanía en general, ubicándose como primer punto junto al Teatro Lalama. En el año de 1976 cambian su ubicación hacia la dirección actual y finalmente en el año 2018 deciden realizar una remodelación de su local para brindar un servicio de calidad a su distinguida clientela.</p>
Capacidad de Carga:	120 personas.
Teléfonos:	Tel 593 03 2824147
Correo:	vierasanchezcia@gmail.com
Ubicación:	Antonio José de Sucre y Juan Montalvo, Ambato – Ecuador
Horarios de Atención:	Lunes a Sábado 11h00 – 18h30
Formas de Pago:	Pago en efectivo.
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: http://www.ponchesuizo.com/ • Facebook: Ponche Suizo • Instagram: Ponche Suizo
Tarifas:	\$1,00 - \$4,00
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> • Especialidad de la casa “Ponche”. • Paninis. • Pastelería. • Bebidas Frías y Calientes.
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Desayunos. • Heladería.

Nota: Información Cafetería Ponche Suizo

Tabla 55

FICHA CAFETERÍA CRÈME BRÛLÉE CHOCOLATERIE

	
Actividad:	Alimentos y Bebidas
Clasificación:	Cafetería
Nombre del Establecimiento:	Crème Brûlée Chocolaterie
Responsable:	Chef Eleana Ballesteros – Propietaria
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>Con 12 años de posicionamiento en el mercado ambateño Crème Brûlée Chocolaterie oferta mensajes de amor inspirados por la tradición francesa, desde el año 2008 se ha dedicado a ofertar a su distinguida clientela exquisitos platillos con productos propios de la zona tales como chocolates con rellenos exóticos, postres de ensueño, pasteles, espectaculares crepes, galletas, bocaditos y por supuesto una gran variedad de cafés, la experiencia y presentaciones inéditas hacen de este un ambiente único y agradable en la zona céntrica de la ciudad.</p>
Capacidad de Carga:	36 personas.
Teléfonos:	Tel 593 03 2820509
Correo:	elyluba@hotmail.com
Ubicación:	Juan Benigno Vela, entre Montalvo & Castillo, Ambato - Ecuador
Horarios de Atención:	Lunes a Sábado 08h30 – 21h00
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Tarjetas de crédito • Pago en efectivo.
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook: Crème Brûlée Chocolaterie • Instagram: Crème Brûlée Chocolaterie • WhatsApp: 0987845933
Tarifas:	\$5,00 en adelante, por pedidos de pastelería.
Servicios:	Cocina y pastelería al estilo francés.
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos. • Pastelería y bocaditos.

Nota: Información Cafetería Crème Brûlée Chocolaterie

Tabla 56

FICHA HELADERÍA BOGATI

 ESPE UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA		ADMINISTRACIÓN turística  hotelera	
Actividad:	Alimentos y Bebidas		
Clasificación:	Cafetería		
Nombre del Establecimiento:	Bogati		
Responsable:	Sr. Julio Villareal – Administrador		
Logo del Establecimiento:			
Reseña:	<p>Bogati nace como iniciativa de un grupo de jóvenes emprendedores en la ciudad de Riobamba, logran posicionarse en el mes de noviembre en Ambato y tan solo 9 meses después cautivan el corazón de los guaytambos, esta heladería maneja una forma creativa de presentar sus helados de paila artesanales; pues conjugan lo delicioso de la fruta, el queso rallado y la inigualable crema. Gracias a esta combinación de productos obtienen un toque único y un sabor incomparable, además de la variada oferta en tortas y cafetería que ofrecen a sus clientes.</p>		
Capacidad de Carga:	80 – 100 personas.		
Teléfonos:	Tel 593 098 538 9895		
Correo:	bogati.ec@gmail.com		
Ubicación:	Av. Cevallos & Mariano Castillo, Ambato - Ecuador		
Horarios de Atención:	Lunes a Domingo 12h00 – 20h00		
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Pago en efectivo. • Tarjeta de Crédito. 		
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: http://www.bogati.ec/ • Facebook: Bogati Helados con Queso • Instagram: Bogati Helados con Queso • WhatsApp: 0985389895 		
Tarifas:	\$2,50 - \$5,00		
Servicios:	Helados con queso.		
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos de acuerdo al gusto del cliente. • Servicios de cafetería. 		

Nota: Información Heladería Bogati

Tabla 57

FICHA DISCOTECA LOV MUSIC CLUB

	
Actividad:	Alimentos y Bebidas
Clasificación:	Discoteca
Nombre del Establecimiento:	Lov Music Club
Responsable:	Sr. Javier Villacis
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>Liv Concert Club inicia su actividad en el año 2017 con una infraestructura única y exclusiva ofreciendo un sin número de eventos como fiestas temáticas, elecciones de reinas de universidades, conciertos con artistas nacionales e internacionales por lo cual se ha considerado como la mejor discoteca reconocida a nivel nacional por la calidad de eventos que ofrecen. Cuentan con una zona PLATINIUM, zona VIP y una zona GOLDEN la más exclusiva por sus detalles y atención personalizada donde podrás disfrutar de lo mejor de tus eventos festejar cumpleaños, graduaciones, despedidas de solteros, aniversarios, etc. #PlanetaLov que es la transformación que hace muy poco tiempo se realizó con la finalidad de renovarse para el deleite de todos los clientes.</p>
Capacidad de Carga:	865 personas
Teléfonos:	098 311 7085
Correo:	javiervillacis62@yahoo.es
Ubicación:	Avenida José Peralta y Julio Zaldumbide, Ambato, Ecuador
Horarios de Atención:	20:00 a 02:00 Viernes y Sábado
Formas de Pago:	Efectivo, Tarjeta de crédito
Página Web:	Facebook: Lov Music Club
Tarifas:	Dependerá del consumo
Servicios Incluidos:	Estacionamiento con valet parking
Servicios Complementarios:	Piscina

Nota: Información Discoteca Lov Music Club

Tabla 58

FICHA RESTAURANTE ABAKÁ

	
Actividad:	Alimentos y Bebidas
Clasificación:	Restaurante
Nombre del Establecimiento:	abaká Gallinas de Pinllo
Responsable:	Ing. Fabricio Campoverde – Propietario
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>Antonia Garzón desde hace más de 70 años ha deleitado con su sazón a los paladares más exigentes de la ciudad de Ambato, ahora su legado se transmite a través de sus nuevas generaciones, quienes orgullosamente llevan su herencia gastronómica y de servicio a todos sus clientes y público en general. Las Gallinas de Pinllo AbAkÁ Food&Events es el lugar que revive la tradición brindando a turistas y clientes en general la rica sazón de sus platos preparados al horno de leña, además cuentan con variedad de Menús tanto en comida típica ambateña como en comida gourmet.</p>
Capacidad de Carga:	<ul style="list-style-type: none"> • Local 1: 200 • Local 2: 120 • Local 3: 100
Teléfonos:	Tel 593 03 2466971
Correo:	abaka@gallinasdepinllo.com.ec
Ubicación:	El Quiteño Libre y Tomas Nieto Polo, San Bartolomé de Pinllo, Ambato - Ecuador
Horarios de Atención:	Miércoles a Domingo 11h30 – 16h30
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Tarjetas de crédito • Transferencia. • Pago en efectivo.
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: www.gallinasdepinllo.blogspot.com • Facebook: Las Gallinas de Pinllo - AbAkÁ • Instagram: Las Gallinas de Pinllo - AbAkÁ • WhatsApp: 0987371820
Tarifas:	\$2,50 - \$40,00
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> • Gallinas de Pinllo. • Comida tradicional. • Comida gourmet.
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos, fiestas y banquetes.

Nota: Información Restaurante Abaká

Tabla 59

FICHA RESTAURANTE COCINA AL HORNO

	
Actividad:	Alimentos y Bebidas
Clasificación:	Restaurante
Nombre del Establecimiento:	Cocina al Horno
Responsable:	Chef Ángel Pirucho
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>Un lugar acogedor he inigualable donde la familia, compañeros, amigos y cómplices pueden disfrutar de un momento ameno, están ubicados en la mejor ciudad "Ambato", tierra de gente luchadora y perseverante. Además de preparar comida típica, Cocina al Horno son productores de la mayoría de sus productos focalizados en la nutrición, su gestión empresarial está basada en la excelencia y orientación de sus productos, considerada como una empresa líder dentro de la ciudad y saludable a nivel de región.</p>
Capacidad de Carga:	150 a 180 personas
Teléfonos:	098 745 0346
Correo:	c.allhorno@gmail.com
Ubicación:	Avenida Indoamérica frente a CNT Sector ex redondel de Izamba, 180156, Ambato -Ecuador
Horarios de Atención:	<ul style="list-style-type: none"> • Martes a Sábado de 10:00 a 22:00 • Domingo de 10:00 a 17:30
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Efectivo • Discover, MasterCard, Visa
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: www.cocinalhorno.com • Facebook: Cocina al Horno • Foodyas : Cocina al Horno
Tarifas:	\$2,50-\$39,00
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> • Platos típicos • Parrilladas • Mariscos
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Parqueadero • Eventos - Promociones • Delivery • Juegos para niños

Nota: Información Restaurante Cocina al Horno

Tabla 60

FICHA RESTAURANTE DELICIAS DEL MAR

	
Actividad:	Alimentos y Bebidas
Clasificación:	Restaurante
Nombre del Establecimiento:	Delicias de Mar
Responsable:	Chef Julio Olivo
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>Delicias del mar nace hace 26 años en la ciudad de Ambato, es un emprendimiento realizado por Julio Olivo y Alicia Espinosa con el afán de atender a los paladares más exigentes de la clientela ambateña. Inspirados en el servicio de otros lugares, observaron que los mariscos se podían servir de una manera más formal, más elegante y con más categoría a como tradicionalmente existía, Delicias del Mar cuida el medio ambiente y de sus empleados, su filosofía es impulsar y apoyar el talento humano. Actualmente poseen el reconocimiento Q de calidad.</p>
Capacidad de Carga:	120 personas
Teléfonos:	0 99 693 6730
Correo:	deliciasdelmar_ambato@hotmail.com
Ubicación:	Avenida González Suarez y Abdón Calderón, Ambato – Ecuador
Horarios de Atención:	08:00 a 16:30
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Efectivo • Tarjeta de crédito • Transferencias bancarias
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: http://www.deliciasdelmar.com.ec/ • Facebook: Delicias del Mar • Instagram: deliciasdelmar • Twitter : @delicias_delmar
Tarifas:	\$4,5 - \$20 dólares
Servicios:	Especialidad comida de mar
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentación a Domicilio • Reservas de todo tipo • Obsequios a domicilios

Nota: Información Restaurante Delicias del Mar

Tabla 61

FICHA MARCELO'S K'FETERIA

	
Actividad:	Alimentos y Bebidas
Clasificación:	Restaurante
Nombre del Establecimiento:	Marcelo's K'fetería
Responsable:	Marcelo
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>Marcelo's K'feteria tiene en el mercado ambateño alrededor de 25 años de experiencia, siendo un lugar tradicional para aquellos amantes de la buena comida y café.</p> <p>Su principal objetivo es ofrecer a sus clientes una atención cordial y sobre todo rápida para que aquellos puedan comenzar sus actividades de la mejor manera posible, además dedicados a brindar alimentos de gran sabor elaborados con productos Premium.</p>
Capacidad de Carga:	De acuerdo a lo que el cliente solicite
Teléfonos:	<ul style="list-style-type: none"> • 03282 8208 • 0995230257
Correo:	Marcelos_kf@hotmail.com
Ubicación:	Avenida Mariano Castillo, Ambato - Ecuador
Horarios de Atención:	09:00 a 22:00
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Efectivo • Tarjeta de crédito • Transferencia bancaria
Página Web:	Marcelo's K'feteria
Tarifas:	\$1,00 - \$60,00
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> • Cafetería • Restaurante • Heladería
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega a domicilio • Servicios online

Nota: Información Marcelo's K'feteria

Tabla 62

FICHA RESTAURANTE MM MARISQUERÍA

	
Actividad:	Alimentos y Bebidas
Clasificación:	Restaurante
Nombre del Establecimiento:	MM Marisquería
Responsable:	Ing. Marlon Jiménez – Responsable
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>Con 32 años de trayectoria en la ciudad de Ambato, Mama Miche Marisquería mantiene una sazón propia y tradicional, nace en el año de 1988 con el hogar Jiménez Vaca, quienes querían ofertar a los ambateños una marisquería donde se pudiese encontrar gran variedad de platos de mar con excelente calidad. Con visión y valentía esta familia incursa en la gastronomía realizando varias pruebas de sabor en cada uno de sus platillos, con el fin de obtener las mejores combinaciones junto a una explosión de sabores para el exigente paladar de la ciudadanía.</p>
Capacidad de Carga:	80 personas.
Teléfonos:	Tel: 03 2841873
Correo:	marlonpoli182@hotmail.com
Ubicación:	Quis Quis y Toledo Cdla. España, Ambato – Ecuador
Horarios de Atención:	Lunes a Domingo 08h00 – 17h00
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Efectivo. • Tarjetas de crédito.
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: • Facebook: Mama Miche Marisquería • Instagram: • WhatsApp: 0958903892
Tarifas:	\$6 - \$28
Servicios:	Comida de mar.
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio a domicilio. • Eventos sociales.

Nota: Información Restaurante MM Marisquería

Tabla 63

FICHA RESTAURANTE MM WINGS

	
Actividad:	Alimentos y Bebidas
Clasificación:	Restaurante
Nombre del Establecimiento:	MM Wings
Responsable:	Ing. Diana Jiménez – Propietaria
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>MM Wings nace como un emprendimiento familiar de la derivación de Mama Miche Marisquería, el delicioso sabor de sus platillos proviene de una serie de pruebas y recetas de las cuales surgen las mejores alitas y salsas, hasta la actualidad sus propietarios continúan experimentando por más sabores para el deleite de sus comensales. Al ser la segunda generación a cargo, MM Wings se destaca como una empresa ambateña con años de tradición en el mercado, cuyo objetivo es brindar un servicio de calidad a todos quienes los visitan.</p>
Capacidad de Carga:	<ul style="list-style-type: none"> • Local Centro: 100 personas • Local Matriz: 180 personas • Local Food Truck: 50 personas
Teléfonos:	<ul style="list-style-type: none"> • Local Centro 0958627739 • Local Matriz 0992758284 • Local Food Truck 032841873
Correo:	mmwings15@gmail.com
Ubicación:	<ul style="list-style-type: none"> • Local Centro: Montalvo y Sucre • Local Matriz: Quis Quis y Toledo Cdl. España. • Local Food Truck: Quis Quis y Cádiz
Horarios de Atención:	Lunes a Domingo 11h00 – 21h30
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Efectivo. • Tarjeta de Crédito
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: https://mmwings.com/ • Facebook: MM Wings • Instagram: MM Wings • WhatsApp:
Tarifas:	\$3,00 - \$21,50
Servicios:	Alitas acompañadas de diversas salsas.
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio a domicilio. • Promociones diarias.

Nota: Información Restaurante MM Wings

Tabla 64

FICHA RESTAURANTE 86

	
Actividad:	Alimentos y Bebidas
Clasificación:	Restaurante
Nombre del Establecimiento:	Ruta 86
Responsable:	Eduardo Salazar – Propietario
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	Ruta 86 es un restaurante temático deportivo especializado en brindar a su distinguida clientela una extensa y variada carta de comida americana, se estableció en la ciudad de Ambato desde el año 2013 y a partir de ese momento propios y extraños han degustado de un sin número de platos de acuerdo a su elección.
Capacidad de Carga:	Por definir
Teléfonos:	0979732785
Correo:	ruta86burgers@hotmail.com
Ubicación:	Por definir en el año 2021
Horarios de Atención:	18:00 – 23:00
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Efectivo • Tarjetas
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: Ruta 86 Burgers • Facebook: • Instagram: • WhatsApp:
Tarifas:	<ul style="list-style-type: none"> • \$5,00 - \$40,00
Servicios:	Comida Americana
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Free WI FI • Salón VIP • Catering

Nota: Información Restaurante Ruta 86

Tabla 65

FICHA SALA DE RECEPCIONES EL TORREÓN DE LA PENÍNSULA

	
Actividad:	Intermediación
Clasificación:	Salas de Recepciones
Nombre del Establecimiento:	El Torreón de la Península
Responsable:	Econ. Lilian Aldaz - Administradora
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	Torreón de la Península, es un proyecto hotelero financiado por la Corporación Financiera Nacional y Banco del Pacífico, es una microempresa familiar, conformada y con sólida experiencia de 12 años en el sector de servicios turísticos de la ciudad de Ambato, especialistas en el área de alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, entretenimiento y organización de eventos sociales y empresariales.
Capacidad de Carga:	Salón principal: 150 personas Salón 2: 60 personas Salón 3: 250 personas
Teléfonos:	(03) 244-5133
Correo:	torreonambato@yahoo.es
Ubicación:	Sector La Península, Calles Buenos Aires y La Paz, Ambato
Horarios de Atención:	08:00 a 22:00
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Efectivo • Tarjeta de crédito • Transferencias
Página Web:	Facebook: Eventos Torreón Resort & SPA
Tarifas:	Dependerá del evento
Servicios:	Eventos sociales
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Especialistas en Novias y Quinceañeras • Asesoramiento integral • Weeding planner especializada en Buenos Aires • Servicio de Catering • Sesiones de fotos

Nota: Información Sala de Recepciones El Torreón de la Península

Tabla 66

FICHA SALA DE RECEPCIONES QUINTA VICTORIA

	
Actividad:	Intermediación
Clasificación:	Sala de Recepciones y Banquetes
Nombre del Establecimiento:	Féniz Events – Quinta Victoria
Responsable:	Arq. Álvaro González – Propietario
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>Fenix Events: Son especialistas en el alquiler y renta de mobiliario para cualquier tipo de evento, cuentan con todo lo necesario para que sus grandes momentos sean inolvidables, brindan también asesoramiento integral en decoración con un equipo profesional, dinámico y con gran experiencia para que sus ideas y sueños se hagan realidad bajo los mayores estándares de calidad.</p> <p>Quinta Victoria: Presta el servicio de catering al más alto nivel y como complemento la organización integral de todo tipo de requerimientos que se realizan dentro y fuera de sus instalaciones, brindando así un servicio de calidad con una variada carta de menús llena de sabores, texturas y aromas únicos.</p>
Capacidad de Carga:	300 personas
Teléfonos:	099 594 8644
Correo:	<ul style="list-style-type: none"> • fenixeventsfx@gmail.com • quintavictoriaec@gmail.com
Ubicación:	<ul style="list-style-type: none"> • Fenix Events: Monterrey y Cúcuta, entrada a Santa Clara, Ambato – Ecuador • Quinta Victoria: Camino El Rey Km 2, Palahua, Alobamba, Ambato – Ecuador
Horarios de Atención:	<ul style="list-style-type: none"> • Lunes a Viernes 09h00 – 18h00 • Sábado 09h00 – 14h00
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Efectivo. • Tarjeta de Crédito.
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: http://fenixeventsfx.com/ http://quintavictoriaec.com/ • Facebook: FenixEvents Quinta Victoria Catering & Eventos • Instagram: Feniz Events Quinta Victoria • WhatsApp: 099 594 8644
Tarifas:	De acuerdo a los requerimientos del cliente.
Servicios:	Eventos sociales.
Servicios Complementarios:	Alquiler y renta de mobiliario para eventos.

Nota: Información Sala de Recepciones Quinta Victoria

Tabla 67

FICHA SALA DE RECEPCIONES EL MIRADOR DE LEO

	
Actividad:	Intermediación
Clasificación:	Salas de Recepciones
Nombre del Establecimiento:	Quinta Mirador de Leo
Responsable:	Ing. Andrés Gamboa – Administrador
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>El Mirador de Leo, inicia sus actividades en el año 2012 en cual únicamente constaba del primer salón de recepciones en la planta alta, dando inicio a un emprendimiento por parte de sus dueños el Dr. Leonardo Gamboa y la Licda. Isabel Villacis, ya en el año 2015 su hija mayor la Dra. Giovanna Gamboa, toma la administración de la quinta en el cual adquiere un impulso amplio en el ámbito de los eventos, dando así la inauguración del segundo salón de recepciones, poco a poco y con dedicación de sus propietarios se amplía sus áreas verdes, convirtiéndose en la quinta El Mirador de Leo, en el año 2018 el hijo menor Ing. Andrés Gamboa toma la posta de la administración hasta la presente fecha</p>
Capacidad de Carga:	Salón 1: 230 Salón 2: 120 Área verde: 400 a 600 personas
Teléfonos:	098 458 0265
Correo:	marina056@hotmail.com
Ubicación:	Av. Rodrigo Pachano Y Cartago, Ambato
Horarios de Atención:	09:00 a 22:00
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Efectivo • Tarjeta de crédito • Transferencias bancarias
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook: Quinta El Mirador De Leo • Instagram: @quinta_mirador_de_leo
Tarifas:	Dependerá del evento a realizar
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> • Sala de eventos • Servicio de fiestas y entretenimiento
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Realización y asesoría de todo tipo de eventos sociales. Matrimonios, 15 años, Bautizos. • Eventos empresariales. • Eventos Infantiles. • Asesoría personalizada, con personal profesional y especializado. • Visita en un auto clásico

Nota: Información Sala de Recepciones El Mirador de Leo

Tabla 68

FICHA SALA DE RECEPCIONES QUINTA MAGNOLIA

	
Actividad:	Intermediación
Clasificación:	Sala de Recepciones y Banquetes
Nombre del Establecimiento:	Quinta Magnolia
Responsable:	Sra. Catalina Naranja – Administradora
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>Quinta Magnolia posee un área verde para realizar cualquier tipo de eventos con una amplia capacidad, además de contar con todo el equipamiento necesario para desarrollar las festividades, brindando un servicio completo y al mejor precio del mercado, dando de esta manera mayor tranquilidad al momento del evento para que así todos puedan disfrutar de mejor manera ese momento especial.</p> <p>También presentan platos de acuerdo a los requerimientos y exigencias basándose en el contexto del evento y su decoración.</p>
Capacidad de Carga:	300 personas
Teléfonos:	<ul style="list-style-type: none"> • 0997752830 • 0995098644 • 03 2854619
Correo:	<ul style="list-style-type: none"> • caty-naranjo@hotmail.com • quintamagnoliaeventos@gmail.com
Ubicación:	Av. 22 de Enero y Rodrigo Pachano, entrada a la parroquia Atahualpa, Ambato, Ecuador
Horarios de Atención:	Siempre
Formas de Pago:	Dependerá del evento
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: http://www.quintamagnoliaeventos.com/ • Facebook: Quinta Magnolia
Tarifas:	Dependerá del evento
Servicios:	Sala de evento
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Organización Integral de Eventos • Asesoramiento en Bodas, Quince años, eventos Empresariales • Catering.

Nota: Información Sala de Recepciones Quinta Magnolia

Tabla 69

FICHA SALA DE RECEPCIONES QUINTA BALQUIRIAS

	
Actividad:	Intermediación
Clasificación:	Salas de Recepciones
Nombre del Establecimiento:	Quinta Balquirias
Responsable:	Sr. Wilson López
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>Quinta Balquirias cuenta con 8000 m², las instalaciones constan de piscina temperada y cromática, capilla, lago, cascadas, áreas verdes y recreativas, baños incluyentes. El ambiente es acogedor ya que existen árboles que fueron plantados por Alfredo Martínez. Se encuentra por el sector de Samanga que en quichua significa "descanso". También cuenta con un amplio parqueadero de acuerdo a la autorización municipal. Posee guardia de seguridad, accesos amplios, luminarias y más bondades donde el cliente puede realizar cualquier tipo de evento.</p>
Capacidad de Carga:	1500 personas
Teléfonos:	(03) 282-8208
Correo:	info@quintabalquirias.com.ec balquiriaseventos@hotmail.com
Ubicación:	Avenida Panamericana Norte Km. 4 frente a las bodegas de Adelca, Ambato, Ecuador
Horarios de Atención:	08:30 a 18:00
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Efectivo • Transferencias bancarias
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: www.quintabalquirias.com.ec • Facebook: Quinta Balquirias • Instagram: @quintabalquirias • YouTube: Quinta Balquirias
Tarifas:	Depende del evento
Servicios Incluidos:	<ul style="list-style-type: none"> • Parqueadero • Eventos sociales • Sonido y amplificación
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Carpas y decoración • Servicio de catering • Pirotecnia • Piscina • Organización de eventos sociales y culturales

Nota: Información Sala de Recepciones Quinta Balquirias

Tabla 70

FICHA AGENCIA DE VIAJES MUNDO AÉREO

	
Actividad:	Operación e Intermediación
Clasificación:	Agencia de Viajes
Nombre del Establecimiento:	Mundo Aéreo Ticket y Tour
Responsable:	Ing. Patricia Pérez
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>La empresa Mundo Aéreo nace legalmente un 30 de diciembre en el año 2008, ha tenido importantes alianzas con empresas que se desempeñan en el ámbito turístico. Con la experiencia adquirida durante todos estos años, se ha consolidado como una agencia de viajes reconocida, siendo una empresa especializada en ofertar servicios al viajero</p> <p>Hoy en día la empresa mantiene una imagen de responsabilidad cumplimiento y calidad en sus actividades.</p>
Capacidad de Carga:	7 personas
Teléfonos:	<ul style="list-style-type: none"> • (03) 282-8569 • 0 98 781 9616
Correo:	<ul style="list-style-type: none"> • patricia_elizabeth@hotmail.com • mundoaereo@hotmail.com
Ubicación:	Avenida Bolivariana y Carlota Jaramillo
Horarios de Atención:	09:00 a 13:00 y 15:00 a 19:00
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Efectivo • Tarjeta de crédito
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: https://www.mundoaereoecuador.com/ • Facebook: MundoAéreo Ticket & Tour Agencia de Viajes y Turismo Cia Ltda
Tarifas:	<ul style="list-style-type: none"> • Dependiendo del destino • Fee: \$30 América - \$40 Europa
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> • Boleto Aéreo • Traslados Aeropuerto/hotel/Aeropuerto • Visitas • Guías especializados en cada destino • Seguros de viajes
Servicios Complementarios:	Asesorías de visas

Nota: Información Agencia de Viajes Mundo Aéreo

Tabla 71

FICHA AGENCIA DE VIAJES CENNTURY TRAVEL

	
Actividad:	Operación e Intermediación
Clasificación:	Agencia de Viajes Internacional
Nombre del Establecimiento:	Cenntury Travel
Responsable:	Ing. Viviana Ortiz – Gerente
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	Cenntuy Travel Agencia de Viajes, nace con la iniciativa de cambiar la perspectiva de los viajeros que ven la realización de un viaje como un lujo y no como un intercambio cultural, tradicional e histórico que tiene cada ciudad o país. Es por eso que su propietaria siente un gran orgullo de vender experiencias y vivencias únicas e inolvidables a todo aquel que desea descubrir lo existente más allá de las fronteras.
Capacidad de Carga:	8 personas en oficina.
Teléfonos:	Tel 593 03 2846949
Correo:	cenntury-travel@hotmail.com
Ubicación:	Miñarica 2 entre Gabriel Navarro y Horacio Sevilla, Ambato – Ecuador.
Horarios de Atención:	09h30 am – 19h00 pm
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Efectivo. • Tarjetas de crédito. • Abonos
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: En proceso. • Facebook: Cenntury Travel • Instagram: En proceso. • WhatsApp: 0995762354
Tarifas:	<ul style="list-style-type: none"> • Más Vendidos Internacionales <ul style="list-style-type: none"> • México \$789 • Cancún \$1005 • Panamá \$669 • Europa Dorada \$3499 • Más Vendidos Nacionales <ul style="list-style-type: none"> • Galápagos \$599 • Puyo Ruta del Paiche \$35 • Ruta del Sol \$199 • Ruta Norte \$230
Servicios Incluidos:	<ul style="list-style-type: none"> • Boleto Aéreo / Seguros de Viaje • Traslados Aeropuerto/hotel/Aeropuerto • Alojamiento & Alimentación • Visitas & Guías especializados en cada destino
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Buseta Propia Cenntury Travel • Destino/Aeropuerto/ Destino

Nota: Información Agencia de Viajes Cenntury Travel

Tabla 72

FICHA TRANSPORTE TURÍSTICO COTTULLARI S.A.

	
Actividad:	Transporte Terrestre
Clasificación:	Transporte Turístico
Nombre del Establecimiento:	Cotullari S.A
Responsable:	Sr. Javier Díaz
Logo del Establecimiento:	
Reseña:	<p>La compañía de transporte de turismo "COTULLARI S.A.", nació el 26 de marzo del 2010 en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi. El pionero de este gran sueño hecho realidad es el señor Javier Díaz; quien además de ser gerente general, es también presidente de la Cámara De Transporte Turístico Regional Centro Tres, y el señor Hugo Jurado como presidente de la compañía. Gracias al apoyo de un grupo humano se ha generado grandes lazos de amistad, fomentando sueños y esperanzas, con una sola meta trazada desde su año de inicio: mejorar las condiciones de vida y satisfacer las necesidades de los clientes.</p>
Capacidad de Carga:	60 unidades de alta gama
Teléfonos:	<ul style="list-style-type: none"> • 2409061 • 09971312
Correo:	cotullari@hotmail.com
Ubicación:	Av. Bolivariana Km 4 ½ frente a Teojama Comercial
Horarios de Atención:	Lunes a Viernes: 08h00 a 13h00 - 14h00 a 18h00 Sábados: 08h00 a 12h00
Formas de Pago:	<ul style="list-style-type: none"> • Efectivo • Tarjetas de crédito • Transferencias bancarias
Página Web:	<ul style="list-style-type: none"> • Website: https://cottullari.webs.com/ • Facebook: Cotullari S.A • Twitter: @cottullari
Tarifas:	Depende del transporte que necesiten
Servicios:	<ul style="list-style-type: none"> • Aire acondicionado • Calefacción • Cargadores de celulares • Nevera • Asiento tipo coche • Karaoke
Servicios Complementarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Vehículos de alta gama • Transfer • Zona Wifi

Nota: Información Transporte Turístico Cottullari S.A.

Tabla 73

*MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD COVID-19***MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD DE LA PLANTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE
AMBATO POR EMERGENCIA SANITARIA COVID-19**

ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	Normas de Bioseguridad
Alojamiento	Hotel	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de señalética para el distanciamiento social • No habrá bufets • Desayunos por turno o a la habitación • Desinfecciones en superficies • Desinfecciones en los zapatos a la entrada • Cabinas de limpieza • Limitación de personas en las habitaciones • Protección del personal que recibe a los huéspedes • Dotación de alcohol gel a los huéspedes • Toma de temperatura al ingreso
Alimentos Bebidas	y Cafeterías	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética en el piso • Desinfección al ingreso • Dotación de alcohol gel • Uso de utensilios desechables • Protección del personal de trabajo • Señalética • Desinfección de las cartas menús • Pagos mediante tarjetas de crédito
	Discotecas	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética en el piso • Desinfección al ingreso • Toma de temperatura • Dotación de alcohol gel • Uso de utensilios desechables • Protección en el personal de trabajo • Señalética

		<ul style="list-style-type: none"> • Distanciamiento social
	Restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética en el piso • Desinfección al ingreso • Dotación de alcohol gel • Toma de temperatura • Uso de utensilios desechables • Protección del personal de trabajo • Aforo a la mitad • Distanciamiento social • Desinfectar los menús • Pagos mediante tarjetas de crédito • Señalética
Intermediación	Sala de Recepciones y Banquetes	<ul style="list-style-type: none"> • Protección del personal de trabajo • Aforo según disposiciones gubernamentales • Menaje debidamente lavado y desinfectado • Desinfección al ingreso • Toma de temperatura • Dotación de alcohol gel a los invitados • Manejo adecuado de desechos • Uso de utensilios personales • Espacios debidamente señalados para cada invitado, personal, entre otros • Distanciamiento social
Operación Intermediación	e Agencias de Viajes Internacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética en el piso • Desinfección al ingreso • Protección del personal de trabajo • Separación de cubículos asesor – cliente
Transporte Turístico	Transporte Terrestre	<ul style="list-style-type: none"> • Señalética en el piso • Desinfección al ingreso • Dotación de alcohol gel • Desinfección constante de unidades • Protección del personal de trabajo

Nota: Información medidas de bioseguridad Covid-19

- **Créditos**

- Autoras: Caisalitin Ortiz Doris Magali; Vega Dumancela Evelin Lisbeth
- Diseño: linx Agencia Publicitaria
- Maquetación: linx Agencia Publicitaria
- Fotografía: Cristhian Velastegui; Establecimientos Entrevistados

- **Referencias bibliográficas**

- Bullón, R. (2006). Planificación del Espacio Turístico. México: Trillas.
- Secretaría de Turismo. (14 de octubre de 2015). Turismo de Romance. Obtenido de Secretaría de Turismo: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/mercados-especializados>

5.7. Presentación del catálogo

El sector turístico en el país está atravesando un momento muy difícil, es por este motivo que se ha visto en la necesidad de investigar la planta turística de la ciudad de Ambato, en el cual está plasmado un catálogo turístico digital, que permita a los turistas apreciar los establecimientos turísticos que ofertan el turismo de romance pues Ambato no es solo una ciudad comercial sino también que posee una infraestructura y equipamiento adecuado para ofrecer una oferta turística distinta.

En la ciudad de Ambato el desarrollo turístico está en una etapa de crecimiento y desarrollo, lo cual requiere de mucho esfuerzo para que el turismo pueda fortalecerse y de paso a una nueva actividad económica y, de esta manera contribuir a la ciudad. Cabe mencionar que la investigación realizada es uno de los esfuerzos para fomentar el turismo de romance y se determinó que el diseño del catálogo digital sería una manera para lograr lo cometido.

La propuesta tiene como finalidad ofrecer a las personas información sobre la planta turística de la ciudad de Ambato y generar una motivación para que ellos adquieran los servicios que los distintos establecimientos ofertan, además sirva como instrumento de difusión para el público en general.

CONCLUSIONES

- El correcto desarrollo de las bases teóricas permitió consolidar información real correspondiente a las variables de estudio; libros, revistas y demás fuentes bibliográficas facilitaron la conceptualización y desarrollo del marco teórico y legal tanto, de la planta turística como del turismo de romance, permitiendo de esta manera que el lector adquiriera conocimientos de varios autores con el fin de que en un futuro se pueda fomentar la propuesta planteada.
- La definición del marco metodológico dentro del proceso de investigación jugó un rol importante para la obtención de resultados en un nivel exploratorio, descriptivo y explicativo; se realizó también visitas de campo para la recolección de datos, aplicando instrumentos para fuentes primarias tales como la encuesta y la entrevista y para fuentes secundarias se realizó la elaboración de una ficha con la cual se obtuvo información pertinente para la elaboración del catálogo.
- Con la realización del diagnóstico de la planta turística de la ciudad de Ambato se logró conocer la situación actual de la misma, generando como resultado principal el grave impacto por el que atraviesan los establecimientos debido a la pandemia del Covid-19 y la gran esperanza que poseen sus administradores o propietarios en el desarrollo y aplicación de nuevos proyectos turísticos. Es importante destacar que gracias a los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados se determinó que el mejor medio para la difusión del turismo de romance es con la ayuda de un catálogo virtual.

- La elaboración del catálogo virtual ha permitido detallar los servicios que cada uno de los 23 establecimientos dentro de sus actividades oferta al público, dando a conocer así la extensa gama de propuestas que la planta turística de la ciudad de Ambato plantea a ciudadanía en general para el fomento de turismo de romance; dicho esto se presenta un catálogo virtual, de fácil entendimiento y como iniciativa para la elaboración de proyectos futuros.

RECOMENDACIONES

- Se necesita más información sobre el Turismo de Romance, puesto que la información sobre el tema es limitada, además que la información que se logró consolidar o encontrar sea manipulada para nuevos proyectos, estableciendo un antecedente de información de la planta turística y el turismo de romance y así puedan conocer la importancia de cada tema para el desarrollo de nuevos productos de turismo de romance en un futuro.
- En este trabajo se han analizado varias herramientas para desarrollar el marco metodológico y las diferentes tipologías que existen, mediante la investigación de campo se evidencio que en la ciudad de Ambato la mayoría de entrevistados la consideran una ciudad comercial mas no turística, por esta razón se recomienda a futuras generaciones, puedan aportar con proyectos dirigidos al fomento del turismo tomando como base la investigación realizada.
- Hoy en día la situación en la que se encuentra el país, ha limitado los ingresos de los distintos establecimientos turísticos y algunos han optado por cerrar sus puertas, por ese motivo se recomienda realizar estudios de la actividad turística de la ciudad de Ambato, para promover y dinamizar la visita de turistas e ingresos económicos porque el sector turístico está siendo afectado por la pandemia que actualmente ha afectado a todos.
- Elaborar una propuesta alternativa, la cual contribuya a solucionar problemas que se encuentren en el sector turístico. El diseño de un catálogo virtual es la

opción contemplada en la presente investigación, mismo que brindará información necesaria para las personas que quieran conocer los diferentes establecimientos adecuados para el fomento del turismo de romance, pues este catálogo será la iniciativa para fortalecer el turismo generando nuevos y mejores medios de difusión.

BIBLIOGRAFÍA

- Alomoto, T., & Iza, M. (2018). Infraestructura Turística . En *Análisis del Aviturismo y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia Belisario Quevedo, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi* (pág. 36). Latacunga.
- Amaiquema, L. (2015). Recursos Turísticos. En *Recursos Turísticos* (págs. 49 - 54). Machala : UTM.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación; Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Arias, F. (2012). Investigación documental o diseño documental. En *El Proyecto de Investigación* (pág. 27). Caracas : Ediciones El Pasillo 2011, C.A.
- Barbosa, M. (2007). La Política del Turismo Cultural y el Diseño de Producto Turístico para el Turismo Cultural: Caso: Corredor Turístico Bogotá-Boyacá-Santander. *Revista Escuela de Administración de Negocios* , 113.
- BCE. (2 de Enero de 2020). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado de LA ECONOMÍA ECUATORIANA DECRECIÓ -0,1% EN EL TERCER TRIMESTRE DE 2019: Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1339-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-decreci%C3%B3-01-en-el-tercer-trimestre-de-2019>
- Bejarano, M. (2011). Veinticinco año: Historia y significado de Aniversario. *Scielo*, 74.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación: Administración Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. Colombia: Pearson.
- Bosslo, L., & Bohorquez, C. (2016). *Estado Actual del Turismo de Bodas y su proyección en la Ciudad de Cartagena*. Recuperado de <http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/3992/1/TESIS%20LORENA%20Y%20CARLOS%2010.pdf>
- Boullón, R. (2006). La Planta Turística y los Atractivos Turísticos. En *Planificación del Espacio turístico* (págs. 40-46). México: Trillas .
- Bullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
- Cárdenas, F. (2006). Inventario de la Planta Turística. En *Proyectos Turísticos: Localización e Inversión* (págs. 48-52). México: Trillas.

- Carrera, M. (11 de Mayo de 2016). *Romance Ecuador: Estudio de factibilidad de empresa organizadora de bodas de destino*. Recuperado de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5176/1/124832.pdf>
- Castillo, E. (2015). METODOLOGÍA PARA DESARROLLAR PRODUCTOS TURÍSTICOS-CASO DE ESTUDIO. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 100.
- Cerón, Á. (31 de Agosto de 2018). *Turismo de Romance*. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/34819/1/Tesis%20final%20de%20Romance%20Angel%20Ceron%20Romero.output.pdf>
- Cerón, Á. (2018-2019). Turismo de Romance. En *Análisis de la planta turística de Guayaquil para el diseño de una guía especializada en turismo de romance* (págs. 17-18). Guayaquil.
- Clúster Turismo de Romance EM. (Diciembre de 2017). *El turismo de romance de Ecuador crea conciencia ecológica*. Recuperado de <http://turismo-romance.ebizar.com/2017/12/19/turismo-de-romance-de-ecuador-crea-conciencia-ecologica/>
- Covarrubias, R. (2015). Infraestructura Turística. En *Evaluación del Potencial en Municipios Turísticos a través de Metodologías Participativas* (pág. 12). México.
- DANE. (2018). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/faqs/faq_pib.pdf
- Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación. (2019). *Afluencia de Turistas 2019*. Ambato.
- Dirección de Cultura, Turismo, Deportes y Recreación. (2020). *Catastro Actualizado Público en General*. Ambato.
- DIRP Salcedo. (2014). Población Económicamente Activa. En *Pln de Desarrollo y Ordenamiento Territorial* (pág. 24). Salcedo: DIRP.
- El Economista. (17 de Octubre de 2019). *elEconomista.es*. Recuperado de <https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/inflacion>
- Espartero, A., & Vásquez, I. (2014). Pyme dedicada a las bodas: un modelo turístico diferente. *Cultura, desarrollo y nuevas tecnologías: VII jornadas de investigación en turismo*, 143-168.
- Flores, C. (Junio de 2012). *Elementos Fundamentales de la Actividad Turística*.

- GAD Guaranda. (2015). Población Económicamente Activa (PEA). En *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Guaranda* (pág. 61). Guaranda: GADM.
- GAD Municipal de Ambato. (2018). *Gobierno Municipal de Ambato*. Recuperado de <https://ambato.gob.ec/>
- GADM Latacunga. (2016). Población Económicamente Activa por Actividad y Sector . En *Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial* (pág. 10). Latacunga : GADML.
- GADM Riobamba. (2015). Trabajo y Empleo . En *Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial* (pág. 204). Riobamba: GADM.
- GADMATIC. (14 de Julio de 2018). *Ambato: la segunda mejor ciudad para vivir en ecuador*. Recuperado de BOLETÍN DE PRENSA 171: <https://gadmatic.ambato.gob.ec/lotaip/2018/agosto/anexo%20literal%20m/Luis%20Julio/Ambato%20la%20segunda%20mejor%20ciudad%20para%20vivir%20en%20ecuador.pdf>
- Gurría, M. (1997). La Planta Turística. En *Introducción al Turismo* (págs. 52-62). México: Trillas.
- H. Consejo Provincial de Tungurahua. (2015). Historia . En *Guía de la Ruta Agroturística Artesanal del Cantón Ambato* (pág. 10). Ambato .
- Hernández, R. (2014). ¿Qué características posee el enfoque cualitativo de investigación? En *Metodología de la Investigación* (págs. 7-9). México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, R. (2014). ¿Qué características posee el enfoque cuantitativo de investigación? En *Metodología de la Investigación* (págs. 4-6). México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2010). La Metodología. En *Tutoría de la Investigación Científica* (pág. 85). Ambato: Gráficas Corona Quito.
- Ibáñez, R., & Cabrera, C. (2011). *Teoría General de Turismo; Un enfoque global y nacional* . Baja California Sur : Serie Didáctica.
- INEC. (25 de Noviembre de 2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonales/Cotopaxi/Fasciculo_Latacunga.pdf

- Jurado, J. (2012). Número de viviendas con servicio eléctrico. En *Análisis de las empresas de energía eléctrica tras la aplicación del mandato 15* (pág. 40). Quito.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2015). Características personales que afectan al comportamiento del consumidor. En *Marketing Turístico* (págs. 159-173). Madrid: Pearson.
- Ludeña, A. (2016). La Planta Turística. En *Administración de Empresas Turísticas y hoteleras* (pág. 51). Loja: EDILOJA.
- Macías, M. (2014). *Ecuador Destino para casarse*. Recuperado de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/1287/1/UDLA-EC-TIAEHT-2014-08.pdf>
- Mamani, W. (24 de Noviembre de 2016). *Asesores en Turismo para Empresas e Instituciones Públicas*. Recuperado de Asesores en Turismo para Empresas e Instituciones Públicas Web Site : <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Marín, H. (2016). En *Introducción a los Recursos Turísticos* (págs. 15 - 19). Desconocida.
- Mayorga, F., & Freire, L. (2016). *Indicadores, económicos y financieros*. Recuperado de Ecuador, Tungurahua y Ambato .
- Ministerio de Turismo. (23 de Marzo de 2016). *turismo.gob.ec*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reg%C3%BAense-las-facultades-y-atribuciones-de-los-GADs-Municipales-Metropolitanos-Provinciales-y-Parroquiales-Rurales-respecto-al-desarrollo-de-actividades-tur%C3%ADsticas.pdf>
- Ministerio de Turismo. (7 de Septiembre de 2011). *turismo.gob.ec*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS.pdf>
- Ministerio de Turismo. (22 de Enero de 2015). *turismo.gob.ec*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (10 de Junio de 2019). *Ministerio de Turismo*. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur/104-catastro-turistico>

- Ministerio de Turismo. (30 de Enero de 2020). *Ministerio de Turismo*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/organigrama-del-ministeiro-de-turismo/>
- MINTUR. (2007). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020"*. Quito.
- MINTUR. (Agosto de 2009). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador*. Recuperado de PIMTE 2014.
- MINTUR. (2014). Objeto, Definición, y Ámbito de Competencia. En *Reglamento de Transporte Terrestre Turístico* (pág. 3). Quito.
- MINTUR. (2019). *Catastro Turístico 2019*. Quito : MINTUR.
- MINTUR. (19 de Diciembre de 2019). *servicios.turismo.gob.ec*. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/IndicadoresDeTurismo/Indicadores-de-Turismo-2018-2019.pdf>
- Molina, A. (2017). *Análisis de las potencialidades de la provincia de Pichincha, como un destino de eventos de romance*. Recuperado de Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE: <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/13390>
- Montse, J. (2018). El Turismo de Bodas o Turismo de Bodas de Destino. En *Turismo de Bodas: Una alternativa al sol y playa* (pág. 9). Gandia.
- Muszynski, M. (2018). *Turismo de bodas una alternativa al sol y playa*. Gandia.
- Navarro, R. (2016). Propuesta Alternativa. En *Estudio de las potencialidades turísticas del cantón Sucumbíos, provincia de Sucumbíos, para el diseño de un catálogo turístico digital* (pág. 224). Ibarra.
- Okazak, & Campos, S. (2011). Servicios turísticos a través del móvil: aplicaciones en marketing turístico. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 47-49. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/13/fsm.html>
- OMT. (2011). Definición del Turismo. En OMT, *Introducción al Turismo* (pág. 46). Madrid.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre Población a estudio. *Scielo*, 3-4.
- Quito Informa. (22 de Enero de 2019). *'GoUIO' nominada entre las mejores aplicaciones turísticas del mundo*. Recuperado de

<http://www.quitoinforma.gob.ec/2019/01/22/gouio-entre-las-mejores-aplicaciones-turisticas-del-mundo/>

- Say, I. (2008). Las Pedidas Matrimoniales. En *Las pedidas matrimoniales indígenas como un hecho cultural tradicional. El caso de San Cristóbal Totonicapán, municipio de Totonicapán* (pág. 7). Nueva Guatemala de la Asunción.
- Secretaría de Turismo. (14 de Octubre de 2015). *Turismo de Romance*. Recuperado de Secretaría de Turismo: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/mercados-especializados>
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (13 de Marzo de 2017). *Sistema Nacional de Información* . Recuperado de <https://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>
- SECTUR. (2014). El Turismo Alternativo. En *Turismo Alternativo* (pág. 22). México.
- SENPLADES. (2014). Tunguragua. En *Agua Potable y Alcantarillado para Erradicar la Pobreza en Ecuador* (págs. 105 - 107). Quito.
- SNIP. (2015). Infraestructura Turística. En *Guía metodológica para la identificación, formulación y evaluación social*. (pág. 9). Lima.
- Villacís, C. (2013). En *Geografía de Circuitos Turísticos* (págs. 23 - 26). Quito: Iberia .
- Winchester, M., Winchester, T., & Alvey, F. (2011). Introduction. *Marketing in the Age of Consumerism: Jekyll or Hyde?*, (pág. 1). Wellington.