



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

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

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**Informe final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención  
del Título de Licenciado en Turismo y Hotelería**

**TEMA:**

---

**“LOS CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA Y SU APOORTE AL  
DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE  
COTOPAXI”.**

---

**AUTOR: Toaquiza Cabrera Edwin Rodolfo**

**TUTORA: Lcda. Mg. Herrera Lasluisa Emma Jackeline**

**Ambato –Ecuador**

**2015**

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

**CERTIFICA**

Yo, Lcda. Mg. Emma Jackeline Herrera Lasluisa con C.I. 050227703-1 en mi calidad de Tutora del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LOS CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA Y SU APORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”** desarrollado por el egresado Toaquiza Cabrera Edwin Rodolfo, considero que dicho Informe Investigado, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

.....

**Lcda. Mg. Emma Jackeline Herrera Lasluisa**

**TUTORA**

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

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

.....

**Toaquiza Cabrera Edwin Rodolfo**

**C.I.: 0503776130**

**AUTOR**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: “**LOS CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA Y SU APORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI**”, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.

.....  
**Toaquiza Cabrera Edwin Rodolfo**

**C.I.: 0503776130**

**AUTOR**

**Al Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación:**

La Comisión de estudio y calificación del Informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el Tema: “**LOS CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA Y SU APORTE AL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI**” presentada por el Sr. Toaquiza Cabrera Edwin Rodolfo egresado de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción: Septiembre 2012 – Febrero 2013, una vez revisada y calificada la investigación, se**APRUEBA**en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

Ambato, 26 de enero, 2015

.....

**Ing. Mg. Toledo Villacís Marco Antonio**

**Miembro del Tribunal**

.....

**Lic. Mg. Abril Flores Oscar Alberto**

**Miembro del Tribunal**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación, primeramente se lo dedico a DIOS por haberme guiado siempre y brindarme la sabiduría necesaria para seguir adelante y luchar por mis metas y objetivos planteados.

A mis padres y hermanos quienes siempre confiaron en mí y me dieron su apoyo en todo momento, siendo el principal motor de mi vida para seguir adelante y no rendirme a medio camino.

A mis amigos quienes fueron participes en cada uno de mis triunfos y derrotas, por estar presentes a lo largo de mi trayectoria y en la culminación de una nueva meta que estuvo planteada y finalmente la cumplí con esfuerzo y dedicación.

**Toaquiza Rodolfo.**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento al Niñito de Isinche y a mi abuelita que desde el cielo me cuidan, bendicen y guían para todo el tiempo para seguir por el buen camino.

A mis padres y hermanos por siempre apoyarme y darme las fuerzas necesarias para seguir adelante y no desmayar ante nada en toda mi vida universitaria.

A mis profesores quienes me guiaron e impartieron todo su conocimiento para así ser cada día mejor ser humano y un profesional de éxito.

A mi tutora Lcda. Mg. Jackeline Emma Herrera por la ayuda y paciencia brindada, por compartir sus conocimientos conmigo.

A la Universidad Técnica de Ambato, misma que me educó a lo largo de mi carrera, brindándome los instrumentos necesarios para finalmente obtener un título profesional.

**ToaquizaRodolfo.**

## ÍNDICE GENERAL

Portada.....

### PARTE A

**APROBACIÓN DEL TUTOR.....ii**

**AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN.....iii**

**CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR.....iv**

**APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL CONSEJO DIRECTIVO ..... v**

**DEDICATORIA .....vi**

**AGRADECIMIENTO .....vii**

**ÍNDICE GENERAL .....viii**

**ÍNDICE DE CUADROS .....xiii**

**ÍNDICE DE GRÁFICOS.....xiv**

**RESUMEN EJECUTIVO .....xvi**

### PARTE B

**INTRODUCCIÓN ..... 1**

**CAPÍTULO I.....3**

**1. EL PROBLEMA ..... 3**

1.1. Tema de Investigación ..... 3

1.2. Planteamiento del problema..... 3

1.2.1. Contextualización..... 3

1.2.2. Árbol de Problemas..... 5

1.2.3. Análisis Crítico ..... 6

1.2.4. Prognosis ..... 7

1.2.5. Formulación del Problema .....	7
1.2.6. Preguntas directrices de la Investigación .....	7
1.2.7. Delimitación del objeto de Investigación.....	7
1.2.7.1. Delimitación del Contenido .....	7
1.2.7.2. Delimitación Espacial .....	8
1.2.7.3. Delimitación Temporal .....	8
1.3. Justificación.....	8
1.4. Objetivos .....	9
1.4.1. Objetivos general .....	9
1.4.2. Objetivos específicos .....	9
<b>CAPÍTULO II</b> .....	10
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	10
2.1. Antecedentes Investigativos.....	10
2.2. Fundamentación Filosófica .....	12
2.3. Fundamentación Legal .....	13
2.4. Categorías Fundamentales .....	16
2.4.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA VARIABLE INDEPENDIENTE.....	19
2.4.1.2. Fundamentación Subordinación Conceptual Variable Independiente .....	23
2.4.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA VARIABLE DEPENDIENTE .....	26
2.4.2.1. Fundamentación Subordinación Conceptual Variable Dependiente .....	29
2.5. Hipótesis.....	34
2.6. Señalamiento de Variables .....	34

<b>CAPÍTULO III</b> .....	35
<b>3. METODOLOGÍA</b> .....	35
3.1. Enfoque .....	35
3.2. Modalidad Básica de la Investigación.....	35
3.3. Nivel o Tipo de Investigación .....	35
3.4. Población y Muestra.....	36
3.5. Operacionalización de Variables.....	38
3.6. Recolección de Información .....	40
3.7. Procesamiento y Análisis .....	40
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	41
<b>4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....	41
4.1. Análisis e interpretación de los resultados .....	41
4.2. Verificación de la Hipótesis .....	51
4.2.1. Planteamiento de la Hipótesis .....	51
4.2.2. Selección del Nivel de Significación .....	51
4.2.3. Descripción de la Población.....	51
4.2.4. Especificación de lo Estadístico .....	52
4.2.5. Especificación de las Regiones de Aceptación y Rechazo .....	52
4.2.6. Recolección de Datos y Cálculo de lo Estadístico .....	53
<b>CAPÍTULO V</b> .....	55
<b>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	55
5.1. Conclusiones .....	55
5.2. Recomendaciones.....	56

<b>CAPÍTULO VI</b> .....	57
<b>6. PROPUESTA</b> .....	57
6.1. Datos Informativos.....	57
6.2. Antecedentes de la propuesta .....	58
6.3. Justificación.....	58
6.4. Objetivos de la propuesta .....	59
6.4.1. Objetivo General .....	59
6.4.2. Objetivos Específicos.....	59
6.5. Análisis de Factibilidad.....	60
6.6. Fundamentación Teórica .....	60
6.7. Administración de la Propuesta .....	75
6.8. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	77
Isotipo para los iTurs.....	77
Flexibilidad .....	78
Conexión .....	78
Sustentabilidad .....	78
<b>CATEGORÍA POR TAMAÑOS</b> .....	78
Local Tamaño 1.....	78
<b>LOCAL TAMAÑO 1</b> .....	79
Normas de Fachada Local Tipo B.....	80
Oficina compartida.....	80
Arquitectura Interna .....	82
Normas Arquitectónicas.....	82

Normas Arquitectónicas y de Mobiliario.....	83
Renders de Locales .....	84
Local Tamaño 1.....	84
Mobiliario.....	85
Muebles de Madera .....	85
SEIKE .....	85
Sillería .....	89
Decorado de la pared principal .....	90
Textos AMA LA VIDA .....	91
Isotipo Ecuador .....	92
Decorado de las paredes restantes.....	93
Otros decorados.....	93
Señalización Interior .....	94
Normas de Señalización Interna.....	94
6.9. Previsión de la Propuesta .....	95
<b>PARTE C</b>	
BIBLIOGRAFÍA .....	96
ANEXOS .....	100

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1:</b> Operacionalización de la Variable Independiente .....	38
<b>Cuadro 2:</b> Operacionalización de la Variable Dependiente.....	39
<b>Cuadro 3:</b> Recolección de Información .....	40
<b>Cuadro 4:</b> Tabulación pregunta 1 .....	41
<b>Cuadro 5:</b> Tabulación pregunta 2 .....	42
<b>Cuadro 6:</b> Tabulación pregunta 3 .....	43
<b>Cuadro 7:</b> Tabulación pregunta 4 .....	44
<b>Cuadro 8:</b> Tabulación pregunta 5 .....	45
<b>Cuadro 9:</b> Tabulación pregunta 6 .....	46
<b>Cuadro 10:</b> Tabulación pregunta 7 .....	47
<b>Cuadro 11:</b> Tabulación pregunta 8 .....	48
<b>Cuadro 12:</b> Tabulación pregunta 9 .....	49
<b>Cuadro 13:</b> Tabulación pregunta 10 .....	50
<b>Cuadro 14:</b> Descripción de la población.....	51
<b>Cuadro 15:</b> Especificación de lo estadístico .....	52
<b>Cuadro 16:</b> Especificación de lo estadístico (frecuencias observadas) .....	52
<b>Cuadro 17:</b> Especificación de lo estadístico de las regiones de aceptación y rechazo .....	53
<b>Cuadro 18:</b> Recolección de datos (chi cuadrado) .....	54
<b>Cuadro 19:</b> Matriz Plan de Acción .....	75

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Árbol de problemas.....	5
<b>Gráfico 2:</b> Gráficos de Inclusión (Superordinación Conceptual).....	16
<b>Gráfico 3:</b> Subordinación conceptual (VI) .....	17
<b>Gráfico 4:</b> Subordinación conceptual (VD) .....	18
<b>Gráfico 5:</b> Representación Gráfica 1 .....	41
<b>Gráfico 6:</b> Representación Gráfica 2.....	42
<b>Gráfico 7:</b> Representación Gráfica 3.....	43
<b>Gráfico 8:</b> Representación Gráfica 4.....	44
<b>Gráfico 9:</b> Representación Gráfica 5.....	45
<b>Gráfico 10:</b> Representación Gráfica 6.....	46
<b>Gráfico 11:</b> Representación Gráfica 7.....	47
<b>Gráfico 12:</b> Representación Gráfica 8.....	48
<b>Gráfico 13:</b> Representación Gráfica 9.....	49
<b>Gráfico 14:</b> Representación Gráfica 10.....	50
<b>Gráfico 15:</b> Gráfica región aceptación y rechazo.....	53
<b>Gráfico 16:</b> iTur .....	61
<b>Gráfico 17:</b> Identidad .....	66
<b>Gráfico 18:</b> Globalidad.....	67
<b>Gráfico 19:</b> Accesibilidad .....	68
<b>Gráfico 20:</b> Funcionalidad .....	69
<b>Gráfico 21:</b> Simplicidad .....	70
<b>Gráfico 22:</b> Seguridad .....	71

<b>Gráfico 23:</b> Definición de la Marca .....	72
<b>Gráfico 24:</b> Isotipo para los iTurs .....	77
<b>Gráfico 25:</b> Local Tamaño 1 .....	79
<b>Gráfico 26:</b> Normas fachada (Oficina compartida).....	81
<b>Gráfico 27:</b> Arquitectura Interna.....	82
<b>Gráfico 28:</b> Normas Arquitectónica y de Mobiliario .....	83
<b>Gráfico 29:</b> Renders de locales .....	84
<b>Gráfico 30:</b> Mobiliario .....	86
<b>Gráfico 31:</b> Mobiliario .....	87
<b>Gráfico 32:</b> Mobiliario .....	88
<b>Gráfico 33:</b> Sillería.....	89
<b>Gráfico 34:</b> Sillería.....	89
<b>Gráfico 35:</b> Decorado de la pared principal .....	90
<b>Gráfico 36:</b> Textos AMA LA VIDA.....	91
<b>Gráfico 37:</b> Isotipo Ecuador .....	92
<b>Gráfico 38:</b> Decorado de paredes.....	93
<b>Gráfico 39:</b> Señalización Interior.....	94
<b>Gráfico 40:</b> Tipografía .....	94

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

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

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**MODALIDAD DE ESTUDIOS: PRESENCIAL**

**RESUMEN EJECUTIVO**

**TEMA:** “Los Centros de información turística y su aporte al desarrollo turístico del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi”

**AUTORA:** Toaquiza Cabrera Edwin Rodolfo

**TUTOR:** Lcda. Mg. Herrera Lasluisa Emma Jackeline

**RESUMEN:**

El presente trabajo de tesis es realizado con el propósito y objetivo de impulsar el desarrollo del mercado turístico en el cantón Salcedo, gracias a los recursos turísticos que posee, mismos que necesitan ser promocionados eficazmente.

Al mencionar Ecuador, es importante recalcar que su turismo se ha desarrollado no en su totalidad, pero si está encaminado de acuerdo a estrategias, metas y objetivos planificados de acuerdo a las necesidades y exigencias del mercado y demanda turística.

Hoy en día es así que por medio de centros de información turística a nivel de provincias y cantones dentro del país, se ofertan productos y servicios turísticos ecuatorianos, dando a conocer la marca país: ECUADOR AMA LA VIDA, el cual ha hecho que Ecuador, vaya fortaleciendo la actividad turística y por ende manteniendo, ampliando y captando nuevos segmentos de mercado.

La inexistencia de un centro de información turística en el cantón ha hecho que la actividad turística no se convierta en una fuente de ingresos sólida para el mismo, puesto que el turista no cuenta con un lugar clave para despejar dudas, adquirir información verídica y concisa.

Gracias al desarrollo del presente trabajo de investigación es que se llega a la conclusión de que los centros de información turística son realmente muy importantes y un punto netamente clave, para tener contacto directo con la demanda turística, es decir que permiten brindar una atención de calidad añadiendo seguridad y confiabilidad al turista.

La implementación de un centro de información turística en el cantón Salcedo, da la oportunidad de mejorar la atención al turista, innovar productos y servicios turísticos, crear nuevas plazas de empleo directo e indirecto y promover el desarrollo socio-económico y turístico, lo que notablemente mejorará la calidad de vida de sus habitantes.

**Palabras claves:** Recursos turísticos, demanda turística, centro de información turística, actividad turística, segmentos de mercado, atención al cliente, implementación, oportunidad, desarrollo turístico, calidad de vida.

## **INTRODUCCIÓN**

En el presente trabajo se investigó el aporte de los centros de información turística al desarrollo turístico del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

### **CAPÍTULO I**

Se identifica el problema de investigación, contextualización (macro, meso y micro), análisis crítico desarrollado conjuntamente con el árbol de problemas, la prognosis que detalla lo que podría pasar en caso de no realizarse la investigación, delimitación del objeto de estudio, justificación (propósito de la investigación) y finalmente los objetivos general y específicos que expresan los propósitos a alcanzar con la presente investigación.

### **CAPÍTULO II**

En este capítulo se trató acerca del marco teórico el mismo que permite interpretar el objeto de estudio, antecedentes investigativos, fundamentación filosófica y fundamentación legal relacionadas con el problema a investigar. Las categorías fundamentales, detallan el problema y establecen relación entre las variables (dependiente e independiente); finalmente se elabora la hipótesis, misma que proporcionará una respuesta tentativa y provisional al problema y las variables, que son ejes fundamentales de la investigación.

### **CAPÍTULO III**

Trata acerca de la metodología de trabajo, el enfoque y modalidad de la investigación, dando a conocer población y muestra. La operacionalización de variables, la recolección de información por medio de técnicas e instrumentos que permitan describir, analizar e interpretar el problema y el plan de procesamiento y análisis de la información, que permitan establecer resultados.

#### **CAPÍTULO IV**

En este capítulo se realizó la tabulación, análisis e interpretación de resultados, los cuales serán respaldo de la presente investigación e hipótesis planteada.

#### **CAPÍTULO V**

Se establece conclusiones y recomendaciones de acuerdo con los datos obtenidos y establecidos en el capítulo anterior.

#### **CAPÍTULO VI**

Se detalla la propuesta, por medio de la cual se planteará una posible solución a la problemática encontrada.

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA

#### 1.1. Tema de Investigación

“Los Centros de Información Turística y su aporte al desarrollo turístico del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi”.

#### 1.2. Planteamiento del Problema

##### 1.2.1. Contextualización

La actividad turística en lo referente a Ecuador, se ha desarrollado desde hace mucho tiempo, siendo el tercer factor generador de ingresos económicos después del petróleo y banano y es así que con el pasar de los años se ha convertido en una fuente de ingresos verdaderamente importante, donde la calidad de vida de los habitantes de un sector, población o país específico obtengan beneficios.

Ecuador es un país multifacético, que simplemente siendo tan pequeño de extensión ofrece los 4 mundos: Costa, Andes, Amazonía y Galápagos; que sin duda alguna impactan a cualquiera que se atreve a conocer y explorar estos maravillosos lugares.

**Durante el mes de Diciembre del 2014 ingresaron al país un total de 156.278 extranjeros. Comparado con el año anterior existe una variación de visitantes de un 14.2 % ya que en diciembre de 2013 ingresaron un total de 136.798 visitantes.<sup>1</sup>**

A nivel del país se manejan diferente i-Turs (Centros de Información Turística), situados de manera estratégica en diferentes provincias y ciudades, con el fin de brindar información segura y confiable al turista, al mismo tiempo de dar la

---

<sup>1</sup>Datos provisionales por la Asociación de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador.

oportunidad a la demanda turística de acceder y tener un lugar específico a dónde acudir para obtener respuesta a sus preguntas y dudas.

De la misma manera turismo a nivel de la Provincia de Cotopaxi ha incrementado y se destaca a nivel de la provincia como fuente de ingresos económicos, pero aún es importante promover y difundir la promoción de lugares turísticos y destacados del sector.

Se caracteriza por sus tradiciones populares y sus mercados artesanales, la amabilidad de su gente y el amor a su trabajo, la generosidad y amabilidad con la que captan la atención de habitantes y visitantes hacen de este hermoso lugar una opción favorable a la hora de buscar algo nuevo para conocer.

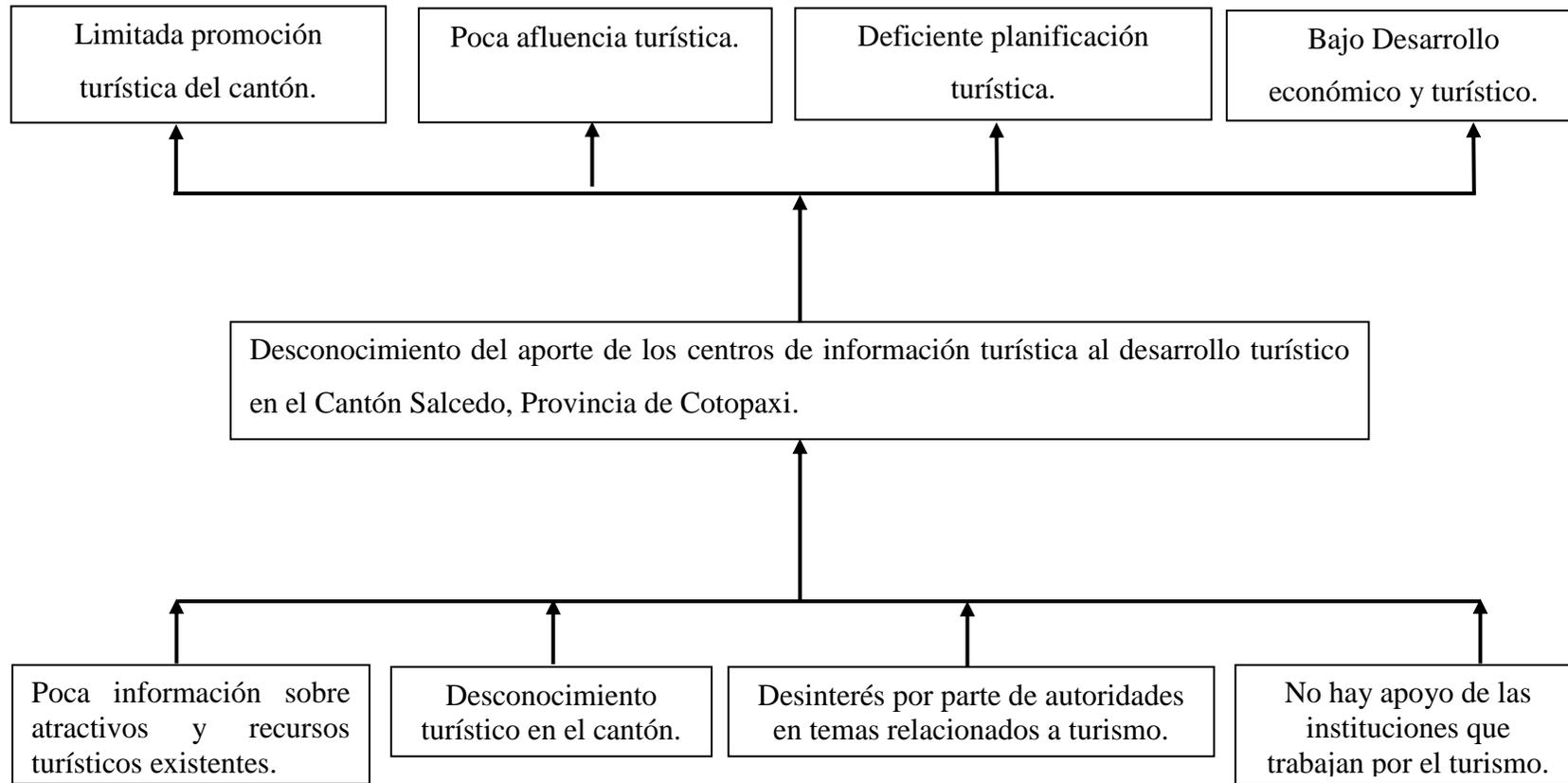
En lo que respecta al Cantón Salcedo, es importante recalcar que es un sector llamativo tanto por su gente trabajadora, atractivos turísticos que posee y diversas opciones para el disfrute de sus turistas.

Salcedo es famoso por sus helados de sabores, reconocidos por su exquisito sabor y es el deleite de quienes lo adquieren; las fortalezas del cantón se basan por el simple hecho de encontrarse ubicados en los antiguos asentamientos de los Panzaleos y que a pesar de la influencia de extranjeros han sabido mantener a través de los años su: idioma, cultura, tradición, música, danza.

Tanto a nivel de la provincia como del cantón, el único medio para que turistas puedan obtener algún tipo de información acerca de atractivos turísticos, es el Municipio, sin embargo, se considera prudente que existe un centro de información turística, que se encuentre de acuerdo con las necesidades y exigencias de la demanda turística actual, que provea información garantizada y concreta, brindando un servicio de calidad al turista.

### 1.2.2. Árbol de Problemas

Gráfico No. 01: Árbol de Problemas



Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

### **1.2.3. Análisis Crítico**

La inexistencia de Centros de información turística en el cantón Salcedo, establece causas que de una u otra manera afectan notablemente al desarrollo económico en el mismo.

Es así, que la escasa información de atractivos y recursos turísticos existentes en el cantón, provocando un desconocimiento casi en su totalidad tanto del cantón como de lugares turísticos de mucho.

Sin duda alguna, el desinterés por parte de autoridades pertinentes y al mismo tiempo no se cuenta con el apoyo de instituciones que trabajen por el turismo, ya sea que se encuentren o no relacionadas directamente con la actividad turística, son parte fundamental para fomentar e incrementar el desarrollo económico y turístico que tanto se anhela conseguir.

La gestión turística del cantón se verá reflejada, incrementada y desarrollada de acuerdo al apoyo brindado por parte de autoridades del sector público y privado que conjuntamente trabajen con el MINTUR y GAD Municipal, brindando el soporte necesario para el desarrollo de la actividad turística, por medio de capacitaciones, charlas y seminarios a servidores turísticos directos e indirectos, planificaciones estratégicas previas y de acuerdo con las necesidades para fortalecer dicha actividad.

Todas las causales anteriormente detalladas han generado efectos tales como: limitada promoción turística del cantón, poca afluencia turística, deficiente planificación turístico, mismos que contribuyen de manera directa con un desarrollo económico y turístico bajo.

La implementación de un centro de información turística brindará la posibilidad de introducir al cantón en el mercado, ofertando productos y/o servicios turísticos,

captando nuevos segmentos y nichos de mercado, creando nuevas plazas de empleo e incrementando el desarrollo turístico en el cantón.

#### **1.2.4. Prognosis**

Si no se realiza la investigación, no se conocerá con exactitud el aporte de los centros de información turística al desarrollo turístico del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

La realización de la presente investigación brinda la posibilidad y oportunidad de posicionar al cantón dentro del mercado turístico, obteniendo nuevos segmentos de mercado, creando plazas de empleo y mejorando la calidad de vida de sus habitantes, dando como resultado final un desarrollo socio-económico y turístico.

#### **1.2.5. Formulación del Problema**

- ✓ ¿Cómo aportan los centros de información turística en el desarrollo turístico del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi?

#### **1.2.6. Preguntas Directrices (Subproblemas)**

- ✓ ¿Con cuántos centros de información turística cuenta el cantón Salcedo?
- ✓ ¿Cuáles son los beneficios de un Centro de Información Turística?
- ✓ ¿Qué alternativa de solución se pueden plantear ante la problemática establecida?

#### **1.2.7. Delimitación del Problema**

##### ***Delimitación de Contenido***

**Campo:** Turismo

**Área:** Economía

**Aspecto:** Aporte de los centros de información turística en el desarrollo turístico del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

### ***Delimitación Espacial***

La investigación se realizará en el Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

### ***Delimitación Temporal***

El presente proyecto de investigación se desarrollará en los meses Julio – Diciembre 2014.

## **1.3. Justificación**

El presente tema de investigación es de interés, puesto que brinda la oportunidad de implementar un Centro de Información Turística en el cantón Salcedo, para así poseer un lugar al que la demanda turística podrá acceder y obtener información requerida de manera directa.

Será de gran importancia, puesto que el cantón, alcanzará objetivos de desarrollo tanto económico como turístico en su beneficio y dará a conocer que cuenta con diversas opciones para el disfrute de la demanda turística.

Es de utilidad, tanto para turistas como para la población misma del cantón, ya que al contar con al menos un centro de información turística, brindando conocimiento claro de todos los lugares turísticos que posee el cantón y así brindar un servicio e información de calidad, segura y confiable para la demanda turística.

Los centros de información turística, aportarán con información actualizada y concreta, contribuirán en la satisfacción plena de la demanda turística, tanto al momento de recibir la información solicitada como al visitar el cantón, lo cual servirá para establecer resultados positivos, beneficios tales como: innovación de

servicios y/o productos turísticos, mejorar calidad de vida de sus habitantes; a más de introducir al cantón en el mercado y contribuir a su promoción turística.

La realización del presente proyecto es factible y se verá reflejada de acuerdo al avance y ejecución del mismo, acompañada de una propuesta, que dará solución a la problemática encontrada, con el apoyo y predisposición de su autor.

#### **1.4. Objetivos**

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

- ✓ Determinar el aporte de los centros de información turística al desarrollo turístico del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

##### **1.4.2. Específicos**

- ✓ Identificar los beneficios de los Centros de Información Turística.
- ✓ Establecer las características y funcionalidades de los centros de información turística que existen en el Cantón Salcedo.
- ✓ Plantear una alternativa propositiva para solucionar la problemática encontrada.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes Investigativos

Según **NEIRA**, Juan (2010) en su trabajo de tesis titulado: “Diseño de un Centro de Interpretación Ambiental e Información Turística en el Cantón La Maná”, da a conocer, una vez finalizada la investigación se concluye que nuestro país posee lugares turísticos de gran magnitud y que sin duda alguna pueden ser potencialmente utilizados para desarrollar la actividad turística.

Además de ser indispensable para el conocimiento y promoción de dichos lugares turísticos un Centro de Interpretación Ambiental e Información Turística, en dónde se brinde información precisa, verídica, segura y de calidad, un lugar a donde el turista pueda acceder de manera directa y despejar sus dudas acerca de lo que desea saber y conocer.

Para **ZAPATA**, Alex (2014) en su trabajo de tesis titulado: “Plan de desarrollo turístico para la parroquia San Miguel de Chugchilán perteneciente al Cantón Sigchos, Provincia de Cotopaxi”, determina que el sector anteriormente mencionado goza de gran valor turístico, mismos que no son aprovechados de forma sostenible, la intromisión humana está poniendo en riesgo estos recursos y la dotación de servicios básicos permitiría mejorar la calidad de vida de sus habitantes y desarrollar la actividad turística.

Cabe recalcar que El Plan de Desarrollo Turístico para San Miguel de Chugchilán, responde a las políticas del PLANDETUR 2020 y apunta a las estrategias del Plan nacional de desarrollo como una herramienta para alcanzar elSUMAK KAUSAY de la de la parroquia.

Al mismo tiempo es recomendable dar seguimiento al plazo establecido para el cumplimiento del Plan de Desarrollo Turístico y se gestionen las partidas presupuestarias necesarias para su ejecución.

El fortalecimiento entre: organismos públicos, instituciones educativas, empresa privada y comunidad, es indispensable al momento de trabajar y velar por el cumplimiento de metas establecidas en el plan de desarrollo turístico para San Miguel de Chugchilán.

**PUENTE**, Paulina (2008) concluye en su trabajo de tesis titulado: “Promoción Turística de la ciudad de Ambato y su importancia en el desarrollo turístico de la Provincia de Tungurahua”, que es fundamental la promoción turística de la ciudad de Ambato, tanto para su desarrollo cultural, económico, social y por ende turístico.

Autoridades pertinentes deberían poner mayor énfasis en lo referente a la actividad turística, promoción de atractivos turísticos y brindar un servicio y atención de calidad.

Es importante mencionan que la actividad turística es una buena alternativa para que habitantes de un sector determinado que trabajan en ello, mejoren sus calidad de vida, incrementen su economía y brinden un servicio de calidad.

En lo referente a promoción de atractivos turístico y/o de un sector específico, sería de mucha ayuda, gestionar el apoyo tanto de sector público como privado, para de esta manera innovar el turismo en Ecuador, descubriendo nuevos lugares, abriendo nuevos destinos turísticos, ofreciendo nuevas alternativas, brindando un servicio de calidad y satisfaciendo las necesidades de la demanda turística actual.

## 2.2. Fundamentación Filosófica

La presente investigación está orientada en el paradigma constructivista o crítico-propositivo porque nos permite construir y detallar un criterio concreto acerca de la problemática encontrada y por ende darle una posible solución.

La implementación de un centro de información turística en el cantón Salcedo sería de gran apoyo para su desarrollo turístico y económico.

Mientras que la fundamentación **metodológica** brinda la opción de formular estrategias, que incrementen el interés tanto de autoridades pertinentes a otras fuerzas productivas, sector público y privado, etc.; con el objetivo de incrementar el desarrollo turístico y económico que tanto busca y anhela obtener el cantón y provincia.

### **2.3. Fundamentación Legal**

La presente investigación ha tomado como referencia los reglamentos de la Ley de Turismo:

#### **GENERALIDADES**

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

- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

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

- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

## **CAPÍTULO IV**

### **DEL MINISTERIO DE TURISMO**

**Art. 15.-** El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;

**Art. 16.-** Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

**Art. 17.-**El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

## TÍTULO VII

### DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

**Art. 182.- Campañas promocionales.-** El Ministerio de Turismo tendrá a su cargo (...) fomentar el turismo receptivo, el turismo interno y el turismo social, a diversificar la oferta y propender a la integración nacional.

**Art. 184.- Papel del sector privado.-** Corresponde al sector privado, previa la aprobación del Ministerio de Turismo, realizar la promoción comercial de la oferta turística.

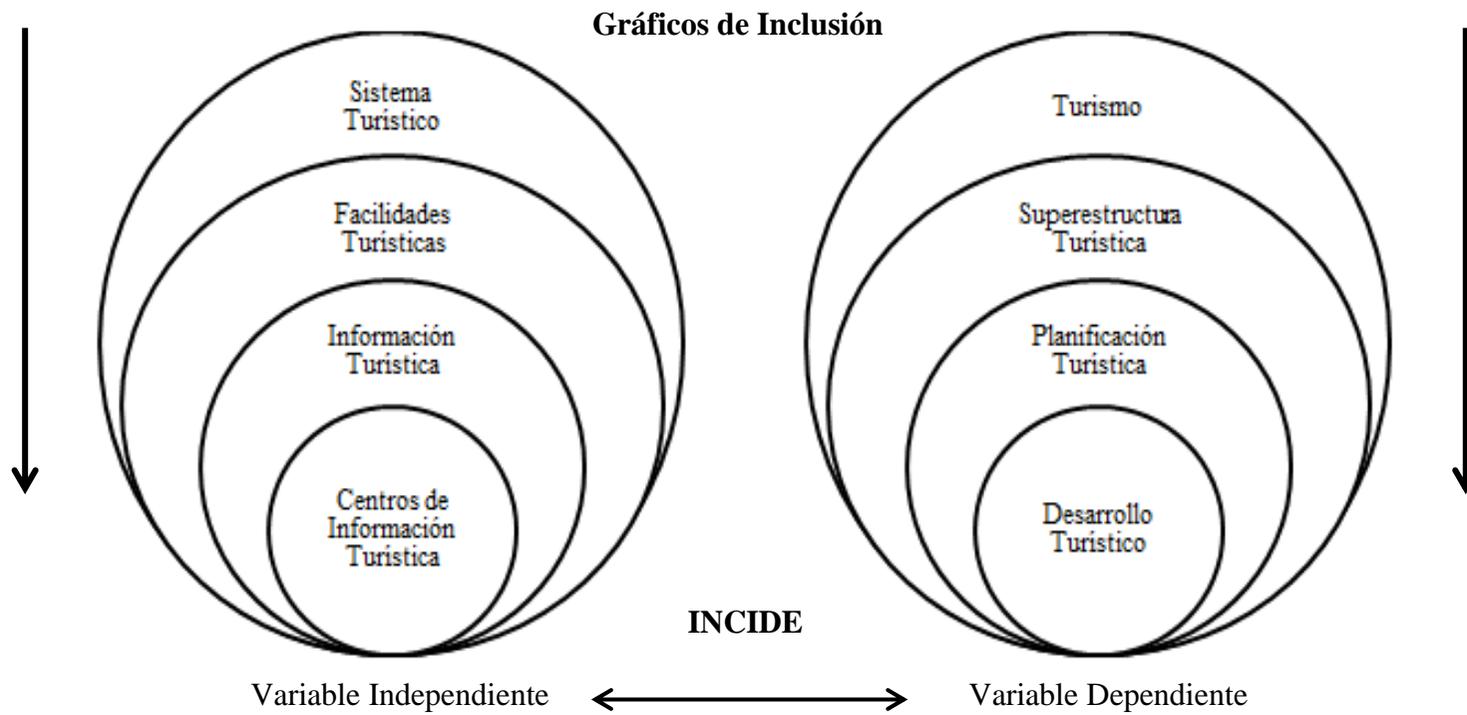
**Art. 185.- Asesoramiento técnico.-** El Ministerio de Turismo colaborará y brindará a la empresa privada, el asesoramiento técnico necesario respecto a la información turística en general, y de proyectos de promoción y ejecución de los mismos e investigación de mercados, de conformidad con las disposiciones que para el efecto, se formulen en este reglamento o en otras disposiciones.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>Ley de Turismo

## 2.4. Categorías Fundamentales

Gráfico No. 02: Superordinación Conceptual (Red de Inclusión Conceptual)

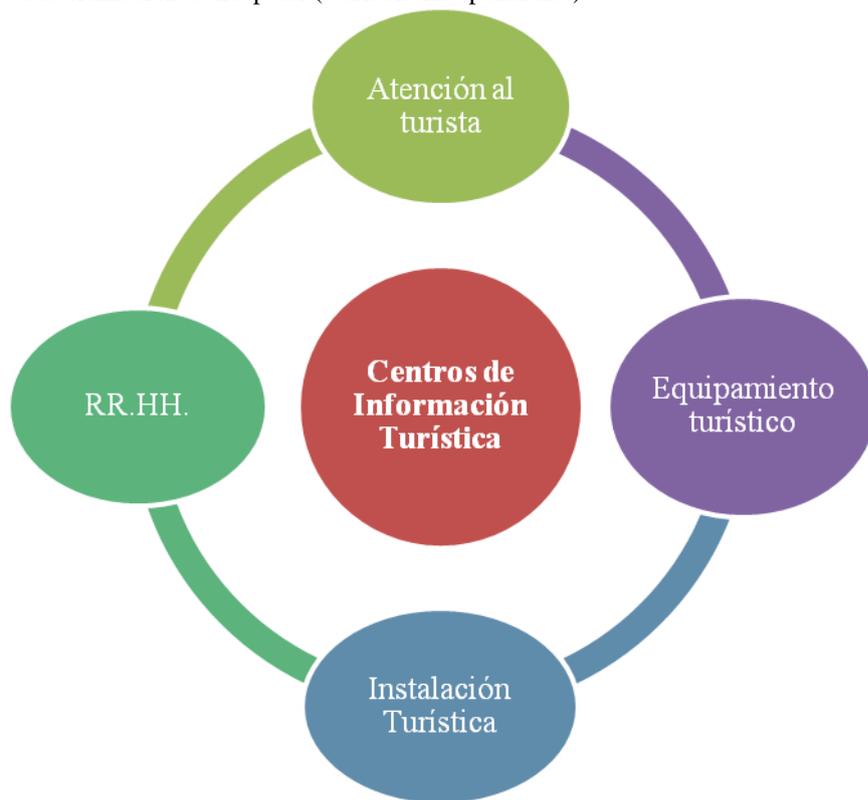


Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

## SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL

### Variable Independiente

Gráfico No. 03: Subordinación Conceptual (Variable Independiente)



Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

## SUBORDINACIÓN CONCEPTUAL

### Variable Dependiente

Gráfico No. 04: Subordinación Conceptual (Variable Dependiente)



Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

## FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

### (Superordinación Conceptual)

#### SISTEMA TURÍSTICO

- ✓ La OMT (**Organización Mundial de Turismo, 2008**), lo considera como: “el conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. Básicamente se toma en cuenta 4 factores importantes: demanda, oferta, espacio geográfico y operadores de mercado”.
- ✓ Es un modelo conceptual de proceso formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones y su localización espacial, que se enlazan racionalmente entre sí por medio de los principios o reglas del mercado (oferta, demanda y regulación), manteniendo a su vez relaciones de intercambio con otros sistemas de diferente rango.**SANTANA, Agustin (1997), Pag. 53-58.**
- ✓ Según **BOULLÓN, R. (2004)**, define a sistema turístico como: “conjunto de elementos (demanda turística, oferta turística, producto turístico, planta turística, atractivos turísticos, infraestructura y superestructura) que se relacionan e interactúan entre sí para poner en funcionamiento a dicho sistema”.
- ✓ Sistema turístico es un “conjunto de abierto de procedimientos relacionados e integrados con sus medio ambiente en el que establece una especie de trueques, y este se encuentra integrado por un subconjunto de subsistemas los cuales, se interrelacionan entre sí, interactuando para llegar a un objetivo común”. (**MOLINA, 2013**)

## **FACILIDADES TURÍSTICAS**

Es la combinación de bienes y servicios. Está formada 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 elegido. Básicamente se refiere a:

- ✓ Transporte
- ✓ Alojamiento
- ✓ Alimentación
- ✓ Recreación
- ✓ Servicios de apoyo

Las facilidades turísticas (alojamiento, gastronomía, amenidades turísticas, infraestructura y/o servicios necesarios para el turista, accesibilidad y transporte) son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centroreceptor. **GTCI (2012)**

- ✓ Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades los servicios complementarios para la práctica de turismo. **Metodología para inventario de Atractivos Turísticos Ministerio de Turismo. Gerencia regional de recursos turísticos.OEA**

Se puede decir que las Facilidades Turísticas son aquellas posibilidades que complementan los atractivos turísticos, permitiendo la permanencia y el disfrute de una estancia agradable.

Además son todas aquellas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento y la alimentación igual que las distracciones, amenidades, y servicios complementarios para el turista. Es el conjunto de actividades perfectamente

diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada.

El concepto de facilidades turísticas es realmente extenso y comprende varias actividades, las cuales pueden resultar muy ambiguas.

La palabra facilitación o facilidad tiene una connotación positiva, ya que permite que una actividad se vuelva accesible, como es el caso de la actividad turística.

Es importante recalcar que dichas facilidades turísticas, son la base primordial para que la demanda turística pueda desplazarse sin problema alguno hacia el destino de su preferencia.

Además tiene que ver con eliminar todas aquellas barreras que imposibilitan que el turista se sienta satisfecho con lo que está palpando o viviendo al momento de percibir un determinado servicio y/o producto turístico mismo que estará caracterizado por las facilidades que contenga y hagan de su experiencia sin duda alguna la mejor.

Es menester dar a conocer, que las facilidades constan de actividades y puede en ocasiones ser catalogadas como una sola, pero hay que tener muy en cuenta que las facilidades turísticas son bienes o servicios que permiten y apoyan a la realización de la actividad turística; mientras que las actividades como tal, son el complemento para que el turista tenga diferentes opciones para elegir al momento de enlazar el lugar en donde se encuentra (facilidad) y lo que quiere hacer en él (actividad).

## **INFORMACIÓN TURÍSTICA**

El **Portal de Turismo y Hotelería**, considera a la información turística como: Conjunto de servicios que se prestan al turista para informarle y orientarle durante su viaje o su estancia en destino. La información puede ser transmitida por informadores turísticos en oficinas de turismo, o a través de guías intérprete, guías correo o acompañantes de grupo. Pero también por medios de telecomunicación y telemática, como Internet o la telefonía móvil.

La información turística debe ser la más completa, concisa, verídica y segura que el turista reciba al momento de despejar cualquier duda o tener la necesidad de conocer cierto lugar determinado.

## **CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**

El centro de información turística i-Tur brinda orientación sobre todo lo que la ciudad ofrece. En ellos se puede conseguir:

- ✓ Información sobre visitas guiadas
- ✓ Alojamientos con tarifas económicas
- ✓ Eventos
- ✓ Actividades culturales
- ✓ Horarios de museos
- ✓ Lugares para visitar
- ✓ Mapas de la ciudad

Ofrece acceso a la información útil, creíble y confiable, así como:

- ✓ Asistencia personalizada y cálida
- ✓ Información y asesoría turística: Sobre atractivos y servicios turísticos, datos útiles para el viajero en el Ecuador y otros temas de interés del visitante.

- ✓ Asistencia en trámites y procedimientos: Gestiones y trámites ante organismos públicos y empresas de servicios turísticos.
- ✓ Atención y apoyo para la solución de reclamos: a través de mecanismos de conciliación entre el turista y el proveedor de servicios, previstos en la Ley de Turismo y su Reglamento.
- ✓ Materiales de todo tipo, esto es folletería digital e impresa, videos, Cds, información digitalizada, material audiovisual, base de datos de guías turísticos, links de otras páginas web, entre otros.

Según la **OMT, 2008** define a centros de información turística como aquellos espacios físicos que existen, "para dar la bienvenida a los visitantes, hacer más grata su experiencia y facilitarles información de forma que permanezcan más tiempo en la localidad".

## **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICASUBORDINACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE**

### **(CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA)**

#### **ATENCIÓN AL TURISTA**

Según el autor **HUMBERTO SERNA GÓMEZ (2006)** define que:

El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

Entre las características más comunes se encuentran las siguientes:

1. Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
2. Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente.

3. Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
4. Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
5. La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
6. El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
7. El Valor agregado, plus al producto.

La atención al turista es la parte vital en la que se brinda ante todo seguridad al turista y veracidad en la información solicitada y entregada.

El valor agregado que el recurso, capital o talento humano ponga a la hora de atender al turista será la base primordial para hacer sentirlo como en casa, haciendo que se sienta en confianza y seguro de volver la próxima vez.

La atención al turista es sin lugar a duda, el primer contacto directo que se tendrá y además la primera impresión que el turista se llevara del lugar al que acuda. Sin embargo, hay que tener en mente siempre, que se debe ser 100% profesional, brindando atención amable y de calidad, que haga sentir al turista como en casa y ya no solamente satisfecho, sino que se sienta encantado con cada detalle, gesto, servicio extra que le permita fácilmente recordar a la empresa gracias a la forma en que fue atendido y por ende asegurar su retorno.

## **EQUIPAMIENTO TURÍSTICO**

**TORREJÓN, Antonio (2004)**, de la **Universidad Nacional de Patagonia, Argentina**, lo define como el: "Conjunto de instalaciones, instrumentos, sistemas necesarios para la elaboración del producto turístico.

Todo el equipamiento que se le dé a un establecimiento turistico, deberá ser elegido de manera cuidadosa, puesto que de esto dependerá captar la atención del turista.

## **INSTALACIÓN TURÍSTICA**

Según el **MINCETUR** es: Comprende el conjunto de establecimientos especializados en la prestación de servicios turísticos y a las instalaciones que los apoyan.

Son las instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico y se utiliza para realizar la vista turística.

## **RECURSOS HUMANOS**

La expresión "recursos humanos" implica que las personas poseen capacidad que impulsan el desempeño organizacional (además de otros recursos como los económicos, materiales, de información, etc.). Otras expresiones como "capital humano" y "activos intelectuales" tienen en común la idea de que las personas establecen la diferencia en el funcionamiento de una organización.<sup>3</sup>

Según lo que dice el **Diccionario Aristos (1987)**, estos se definen como:

Recurso humano: Es el conjunto de capital humano que está bajo el control de la empresa en una relación directa de empleo, en este caso personas, para resolver una necesidad o llevar a cabo cualquier actividad en una empresa.

Los recursos humanos tienen un enfoque de aplicación y práctica de las actividades más importantes dentro de la organización o empresas siendo la gestión del talento humano un pilar fundamental para el desarrollo exitoso de los procesos, pues al final las personas son responsables de ejecutar las actividades porque los proyectos no se desarrollan por sí solos. (**LLEDO, Pablo 2011**)

---

<sup>3</sup>Módulo Gestión de RR.HH. 2012-2013, pág. 20

## FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

### (Superordinación Conceptual)

#### TURISMO

Según la **OMT (Organización Mundial del Turismo) 1985**, define al turismo como:

- ✓ “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

Para la **Sociedad de las Naciones (1937)**, turismo es:

- ✓ “El conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto, dicho desplazamiento y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa”.
- ✓ Según **DE ARRILLAGA, José Ignacio (1955)**, turismo es todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar.

La definición que se ha aceptado universalmente como la mejor realizada hasta ahora, se debe a dos profesores economistas suizos y se realiza en plena **II Guerra Mundial (1942): HUNZIKER, Walter y KRAPP, Kart:**

- ✓ Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de

su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas.

## **SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA**

Asume la función de regular el sistema turístico, es decir que se encuentran inmersos dentro de la superestructura turística, dos clases de subsistemas:

### **1. Organizacionales**

Que comprenden generalmente al sector público (MINTUR, MAE, Consejo Provincial, Municipio, Gobiernos Parroquiales) y sector privado (Cámaras de Turismo, Gremios, ONG's).

### **2. Conceptuales**

Referentes a leyes, planes, programas y lineamientos que rigen la actividad turística.

“Es toda la organización pública y privada que se desenvuelve alrededor de la actividad turística. Comprende todos los organismos especializados, tanto de la actividad privada como pública, con el propósito de regular el funcionamiento de ambos sectores”. **GENERALIDADES DEL TURISMO, pág. 11**

## **PLANIFICACIÓN TURÍSTICA**

Según la **OMT (2008)**, considera que la “planificación turística, permite una gestión racional de los recursos, evitando un desarrollo desequilibrado de los mismos o su desaprovechamiento, y de esta manera, ayuda a preservar los beneficios económicos, sociales y medioambientales del turismo, al tiempo que minimiza sus costes”.

“Es el proceso que permite establecer una visión estratégica para un área que refleje los objetivos y aspiraciones de la comunidad de la comunidad e

implementándolo con la identificación de los criterios preferentes para el mejor uso del territorio según el estilo de desarrollo que se quiere alcanzar”.

“Crear las condiciones necesarias para lograr un desarrollo turístico integrado, controlado y sostenible. Considera a los componentes del desarrollo turístico en el marco de los mercados de turismo y del medio ambiente local ya sea cultural, natural o socio económico”. **PLANDETUR 2020 – pág. 90**

## **DESARROLLO TURÍSTICO**

- ✓ Según **FREIRES, Andrés (2011)**, “recalca que la naturaleza del desarrollo de la actividad turística es un resultado conciso de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos relacionados entre sí”.

El desarrollo es una condición social, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales. La utilización de los recursos estaría basada en una tecnología que respeta los aspectos culturales y los derechos humanos. Todos los grupos sociales tendrían acceso a las organizaciones y a servicios básicos como educación, vivienda, salud, nutrición y que sus culturas y tradiciones sean respetadas. **PICO, Augusto Aleán (2006)**.

- ✓ Para **PEARCE (1991)**, considera al desarrollo turístico como: “la provisión y mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de manera más general, puede incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleo o la generación de ingresos”.

El termino desarrollo turístico se refiere al proceso de transformación de una sociedad en específico, aquella que se mide por su capacidad productiva y de aprovechar de manera planificada los recursos naturales que posee.

## **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICASUBORDINACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE**

### **(DESARROLLO TURÍSTICO)**

#### **ACTORES DEL TURISMO**

##### **✓ Los gobiernos**

La presencia de los gobiernos en las actividades de turismo social es muy variada, dependiendo su grado de implicación de razones históricas, ideológicas y de configuración social. En algunos países, el Gobierno, tanto del Estado, de las regiones o de las administraciones locales, toman a su cargo ayudas financieras importantes. Con frecuencia esas ayudas están segmentadas a diversos colectivos: jóvenes, personas con discapacidad, personas desfavorecidas, etc. En la actualidad se están dando pasos por parte de los Gobiernos para traspasar los límites nacionales de sus programas de turismo social bajo formas de intercambio transnacional.

##### **✓ Los empresarios**

Es importante considerar que existen experiencias, como el Cheque Vacaciones, en que los empresarios contribuyen económicamente a facilitar las vacaciones de sus empleados. Por otra, hay que tener en cuenta que, tal y como se ha dicho, el turismo social es una actividad económica de gran relevancia y potencia y como tal atrae a empresarios del sector turístico que ven en esa realidad un incremento de su actividad de prestación de servicios o de intermediación.

### ✓ **Los trabajadores**

Las organizaciones de defensa de los trabajadores, los sindicatos, han tenido desde el origen del turismo social una muy importante presencia en la actividad turística, como forma de obtener beneficios para sus afiliados. Esa presencia se manifiesta tanto con el soporte de infraestructuras materiales, ciudades de vacaciones, residencias, etc. como de simple servicio especializado.

### ✓ **Las asociaciones especializadas**

Entre ellas merece citarse el caso de las cooperativas de consumo que disponen en algunos países de amplias redes de agencias para canalizar el turismo social. Merecen citarse las organizaciones juveniles y las medioambientales que actúan en ese ámbito. En este apartado merecen también citarse los organismos de carácter asociativo de las propias organizaciones dedicadas al turismo social.

A través de la investigación se entiende que los actores del turismo son la personas que están directamente relacionadas con la actividad turística y que su presencia en esta área permite que se realice una adecuada planificación y desarrollo del turismo ya que, cada agente involucrado debe ocupar el lugar que le corresponde dentro de este círculo y actuar en coordinación con los demás actores para que de esta forma se produzca un beneficio para el desarrollo turístico.

**ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE TURISMO SOCIAL, (2013)**

## **ATRATIVOS TURÍSTICOS**

- ✓ “De ahí que, en sentido laxo, se entienda como recurso o atractivo turístico, aquellos elementos que provocan, incentivan o motivan el desplazamiento turístico”. **MONSONIS, Solsona (1999)**.
- ✓ Para **LUNDBERG, Donald (1986)**, “los atractivos turísticos son por definición todo aquello que atrae al turista, y contribuye una parte importante del turismo”.
- ✓ Los **atractivos turísticos** son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

## **CLASIFICACIÓN DE LOS ATRATIVOS TURÍSTICOS**

Según **METODOLOGÍA PARA INVENTARIOS DE ATRATIVOS TURÍSTICOS 2004 – MINTUR** (Pág. 2;4):

La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos: **SITIOS NATURALES** y **MANIFESTACIONES CULTURALES**. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

**En la categoría de Sitios naturales** se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas.

**En la categoría Manifestaciones Culturales** se reconocen los tipos: históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

## **RECURSO TURÍSTICO**

Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen base del producto turístico. **MICENTUR**.

- ✓ Según la **OMT (1993)**, recursos turísticos “son todos aquellos bienes y servicios que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda turística, mediante la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta”.
- ✓ Para **LENO CERRO, (1993)** siguiendo a **ZIMMERMAN (1933)**, considera que un recurso solo es tal cuando contribuye a satisfacer una necesidad humana; en el contexto turístico el recurso puede considerarse como tal si está vinculado a la motivación de un potencial consumidor, actuando como tal incentivo al desplazamiento turístico. Por ello, este autor considera a los recursos y las motivaciones como los dos pilares esenciales del fenómeno turístico, que en última instancia determinan la decisión de realizar un desplazamiento turístico
- ✓ Todo elemento material que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona. Por lo tanto, no lo son sólo los atractivos naturales, sino también aquellos otros contruidos por el hombre. (**VOGELER y HERNÁNDEZ, 2002**).

## TIPOS DE TURISMO

La **Organización Mundial de turismo (OMT 2009)**, señala tres diferentes formas de turismo:

1. **Turismo doméstico:** refiriéndose a residentes visitando su propio país.
2. **Turismo receptivo:** refiriéndose a no residentes procedentes de un país determinado; y
3. **Turismo emisor:** residentes del propio país que se dirigen a otros países.

El turismo es una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación. Es una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso y la recreación, aunque puede estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad. Puede ser clasificado de diversas formas, cada una de ellas orientada a una necesidad específica e incluso, puede ser identificado en función de más de una de sus características.

### **Tipos de turismo según actividades desarrolladas:**

- ✓ Convencional
- ✓ De Descanso
- ✓ Sol y Playa
- ✓ De aventura
- ✓ Negocios
- ✓ De gestión (Político)Histórico-Cultural
- ✓ Religioso
- ✓ Gastronómico
- ✓ De compras o Shopping<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>[http://vinculando.org/vacaciones\\_viajes/turismo\\_sostenible/clases\\_de\\_turismo\\_sostenible\\_desarrollo\\_hotelero.html](http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/clases_de_turismo_sostenible_desarrollo_hotelero.html)

## **2.5. Hipótesis**

Centros de información turística aportan al desarrollo turístico del cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.

## **2.6. Señalamiento de Variables de la Hipótesis**

**Variable Independiente:** Centros de Información Turística.

**Variable Dependiente:** Desarrollo Turístico

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1. Enfoque

El presente proyecto de investigación tiene un enfoque mayoritariamente cualitativo ya que el mismo permitirá establecer preferencias y exigencias de la demanda turística, esto en referencia a un enfoque cualitativo, mientras que en lo cuantitativo se obtendrá netamente datos estadísticos y numéricos acerca de los mismos.

La información obtenida servirá para tener una idea precisa y más clara acerca del turismo y su desarrollo en el Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

#### 3.2. Modalidad Básica de la Investigación

La información a recolectar en el presente proyecto de investigación, será:

- ✓ **De campo:** porque permite la participación real del investigador en el lugar donde ocurren los hechos o el problema.
- ✓ **De intervención social:** pues se intervendrá de manera directa con la población involucrada.
- ✓ **Bibliográfica- documental - linkográfica:** siendo parte fundamental de la investigación, acudiendo a libros, documentos y/o internet con el fin de recopilar toda la información necesaria y actualizada.

#### 3.3. Nivel o Tipo de Investigación

El presente proyecto de investigación contiene un tipo de investigación exploratorio, ya que se investigará algo que se desconoce, los cuales ayudarán a obtener información verídica.

De tipo descriptivo porque se detallará el aporte que da la implementación de un centro de información turística en el cantón Salcedo, gracias a la información obtenida, se establecerán conclusiones y recomendaciones.

### **3.4. Población y Muestra**

#### **3.4.1. Población**

Se ha constatado que la población de Salcedo representada por empresarios turísticos y de servicios, al igual que la demanda turística constituyen nuestro universo de estudio.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{Z^2 \cdot P \cdot Q + Ne^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad (1.96)

P= Probabilidad de ocurrencia (0.5)

Q= Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

N= Población

e= Error de muestreo (0.05)

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(58.216)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + (58.216)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.84)(0.25)(58.216)}{(3.84)(0.25) + (58.216)(0.025)}$$

$$n = \frac{(0.96)(58.216)}{0.96 + 145.54}$$

$$n = \frac{55887.36}{146.5}$$

$$n = 381$$

### **3.4.2. Muestra**

De acuerdo a la fórmula aplicada se deberán aplicar 381 encuestas.

### 3.5. Operacionalización de Variables

**Variable Independiente:** Centros de Información Turística

**Cuadro No. 01:** Operacionalización de la Variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Organización encargada de proveer información a turistas potenciales y turistas que visitan un lugar determinado con el fin de facilitar su decisión de viajar, su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas influyendo positivamente en la imagen del destino turístico.	Proveer Información	Fiabilidad de la información Información concisa	¿Cree usted que el Cantón Salcedo, debería implementar centros de información turística que facilite esta actividad?	<b>Técnica:</b> Encuesta  <b>Instrumento:</b> Cuestionario Estructurado
	Turistas Potenciales	Adquisición del producto turístico Satisfacción Aumento del flujo turístico	¿Piensa usted que los centros de información turística contribuiría al desarrollo turístico del cantón?	
	Decisión de Viaje	Confiabilidad Experiencia inolvidable Asegurar repetición	¿Considera usted que el Cantón Salcedo tiene los recursos necesarios para la implementación de centros de información turística?	
	Imagen del destino	Seguridad Veracidad	¿Cree usted que un centro de información turística, brindara mayor seguridad, confiabilidad y satisfacción al turista que visite el cantón?	

**Elaborado por:** TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Variable Dependiente:** Desarrollo Turístico

**Cuadro No. 02:** Operacionalización de la Variable Dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Proceso de transformación de una sociedad en específico, aquella que se mide por su capacidad productiva y de aprovechar de manera planificada los recursos naturales que posee, brindando un servicio de calidad y satisfacción al turista.	Transformación de la sociedad	Mejoramiento de infraestructura	¿Piensa usted que el mejoramiento de la infraestructura ayude al desarrollo turístico del Cantón?	<b>Técnica:</b> Encuesta  <b>Instrumento:</b> Cuestionario Estructurado
	Capacidad Productiva	Incremento de turistas	¿Cree usted que el incremento de turistas aporte al desarrollo turístico y económico del cantón?	
	Bienestar económico	Mejor calidad de vida  Desarrollo Económico  Bienestar social	¿Considera usted que el Cantón Salcedo posee potencial turístico, hasta el punto de generar desarrollo económica gracias al turismo?	
	Servicio de calidad  Satisfacción al turista	Atención de calidad  Innovación de servicios y productos turísticos	¿Cree usted que el desarrollo turístico del cantón mejorará la calidad de vida de sus habitantes?	

**Elaborado por:** TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

### 3.6. Recolección de Información

**Cuadro No. 03:** Recolección de Información

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
¿Para qué?	Para obtener información real y respalde la investigación.
¿De qué personas u objetivos se va a obtener la información?	Habitantes y visitantes de la Ciudad de Salcedo.
¿Sobre qué aspectos se va a preguntar?	Centros de Información Turística Desarrollo Turístico
¿Cuándo se va a hacer la investigación?	La presente investigación tendrá una duración de 5 meses, comprendidos entre Abril – Agosto 2014.
¿Dónde se va a obtener la información?	Cantón Salcedo
¿Cuántas veces?	Una vez
¿Qué técnicas de investigación se va a aplicar?	Encuestas
¿Con qué instrumento?	Cuestionarios estructurados
¿En qué situación?	Entre semana y fin de semana.

**Elaborado por:** TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

### 3.7. Procesamiento y Análisis

Con la aplicación de encuestas se va a proceder de la siguiente manera:

- ✓ Tabulación y ordenamiento de la información.
- ✓ Estudio Estadístico, análisis e interpretación objetiva.
- ✓ Presentación de datos

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Análisis e interpretación de resultados

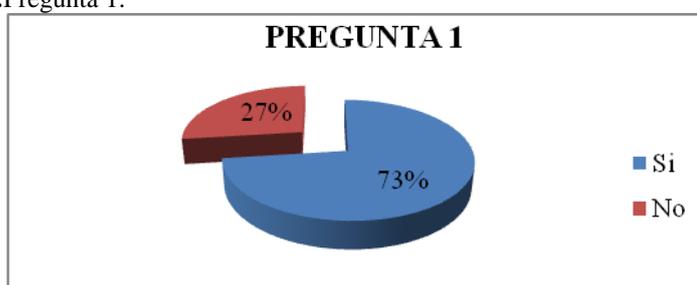
**Pregunta 1:** ¿Considera usted que el Cantón Salcedo posee potencial turístico, hasta el punto de generar desarrollo económico gracias al turismo?

**Cuadro No. 04:** Pregunta 1.

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Si	279	73%
No	102	27%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Gráfico No. 05:** Pregunta 1.



Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Análisis:** Del 100% de personas encuestadas, el 73% manifiesta que el Cantón Salcedo posee potencial turístico, hasta el punto de generar desarrollo económico gracias al turismo, mientras que el 23% respondió que no.

**Interpretación:** El Cantón Salcedo posee potencial turístico, mismo que puede generar crecimiento económico y turístico a nivel del mismo y por ende se debe tener en cuenta que dichos potenciales turísticos aún no se encuentran dinamizados al máximo.

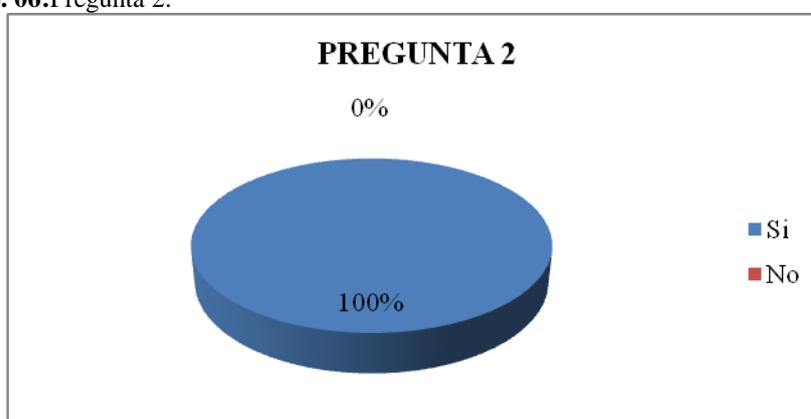
**Pregunta 2:** ¿Cree usted que en el Cantón Salcedo, se debería implementar centros de información turística que facilite esta actividad?

**Cuadro No. 05:** Pregunta 2.

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Si	381	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	381	100%

Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Gráfico No. 06:** Pregunta 2.



Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Análisis:** El 100% de personas encuestadas, responde positivamente y piensa que se debería implementar centros de información turística con el fin de facilitar la actividad turística.

**Interpretación:** Un centro de información turística sería el lugar clave para que turistas que visiten el cantón, acudan de manera precisa y obtengan información verídica, además de incrementar el turismo en el cantón y mejorar todo lo que abarca dicha actividad, brindando un servicio de calidad.

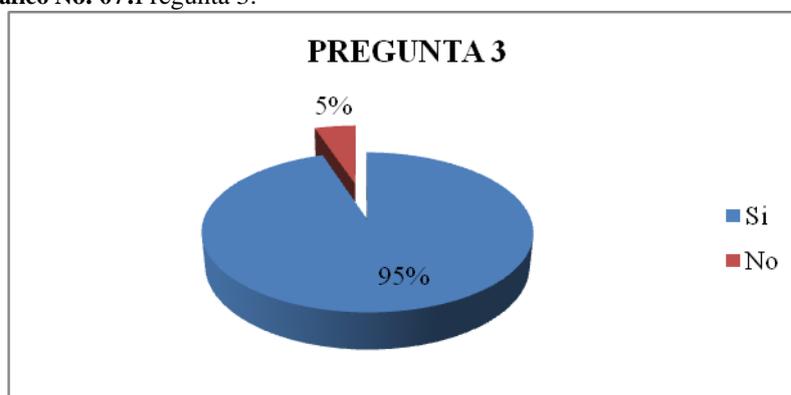
**Pregunta 3:** ¿Piensa usted que los centros de información turística contribuirían al desarrollo turístico del cantón?

**Cuadro No. 06:** Pregunta 3.

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Si	362	95%
No	19	5%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Gráfico No. 07:** Pregunta 3.



Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Análisis:** El 95% de la población encuestada, considera que un centro de información turística contribuiría con el desarrollo turístico del cantón y el 5% restante dijo que no.

**Interpretación:** De acuerdo con los datos obtenidos, es claro que la implementación de un centro de información turística en el cantón, sería de gran ayuda tanto para el incremento y desarrollo de la actividad turística así como el de su economía.

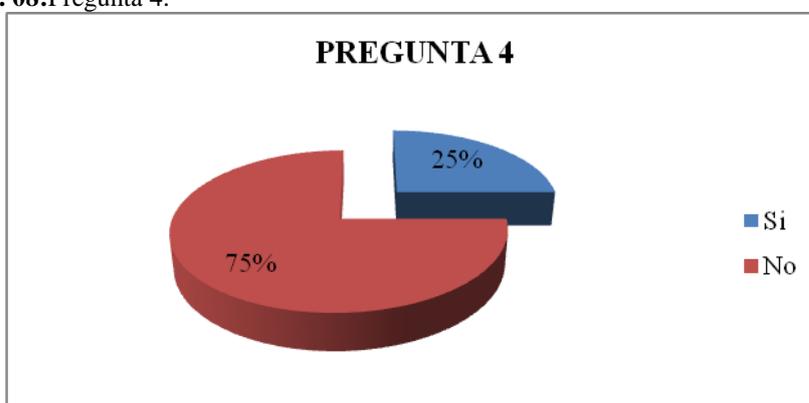
**Pregunta 4:** ¿Considera usted que el Cantón Salcedo tiene los recursos necesarios para la implementación de centros de información turística?

**Cuadro No. 07:** Pregunta 4.

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Si	97	25%
No	284	75%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Gráfico No. 08:** Pregunta 4.



Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Análisis:** Del 100% de personas encuestadas, el 25% considera que el cantón Salcedo cuenta con los recursos necesarios para la implementación de un centro de información turística, el 75% no piensa de la misma manera.

**Interpretación:** La gran mayoría de los encuestados concuerdan que la implementación de un centro de información turística en el cantón Salcedo, sería de gran apoyo para la difusión y promoción de sus recursos, transformándolos en atractivos y finalmente en productos turísticos que capten nuevos nichos de mercado.

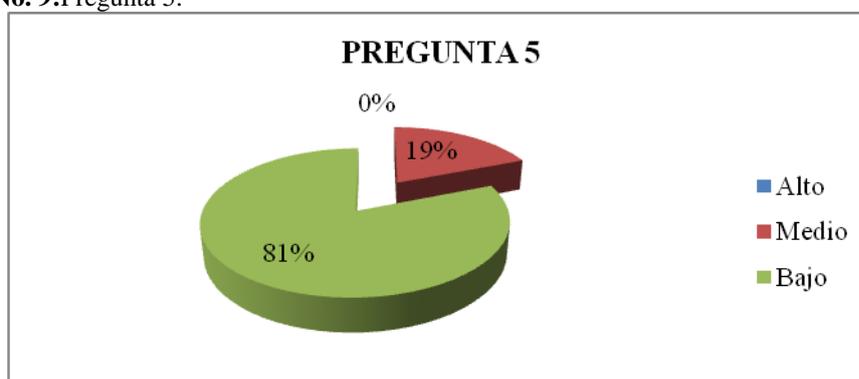
**Pregunta 5:** En qué nivel, ¿cree usted que el cantón cuenta con el apoyo de los sectores público y privado para desarrollar la actividad turística?

**Cuadro No. 08:** Pregunta 5.

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Alto	-	0%
Medio	74	19%
Bajo	307	81%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Gráfico No. 9:** Pregunta 5.



Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Análisis:** De acuerdo con los datos obtenidos, el cantón cuenta con el apoyo de los sectores público y privado para el desarrollo de la actividad turística en un rango alto equivalente al 0%, un 19% reflejado en rango medio y el 81% bajo por lo que el desarrollo de la actividad turística no se da como debería.

**Interpretación:** El apoyo de los sectores público y privado, es fundamental ante cualquier circunstancia y más aún si se trata del desarrollo turístico del cantón; según la encuesta realizada se encuentra en un nivel bajo y por ende aun es necesario impulsar y promover todo lo referente al turismo y sus respectivas modalidades, para de esta manera tener un incremento socio – económico y turístico.

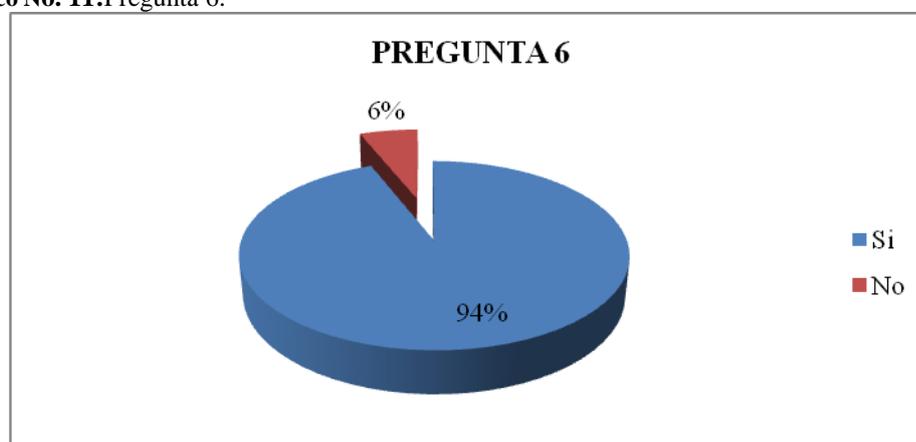
**Pregunta 6:** ¿Cree usted que un centro de información turística, brindará mayor seguridad, confiabilidad y satisfacción al turista?

**Cuadro No. 9:** Pregunta 6.

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Si	360	94%
No	21	6%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Gráfico No. 11:** Pregunta 6.



Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Análisis:** Del 100% de personas encuestadas, un 94% responde que un centro de información turística, fomentaría y brindaría mayor seguridad, confiabilidad y satisfacción al turista y un 6% consideran que no es necesario.

**Interpretación:** Se pudo percibir que un centro de información turística es un punto clave e importante a la hora de tener contacto directo con el turista puesto que es la oportunidad perfecta de promocionar productos y/o servicios turísticos, brindando seguridad, confiabilidad y satisfacción del turista. Tener un turista ya no satisfecho sino ENCANTADO.

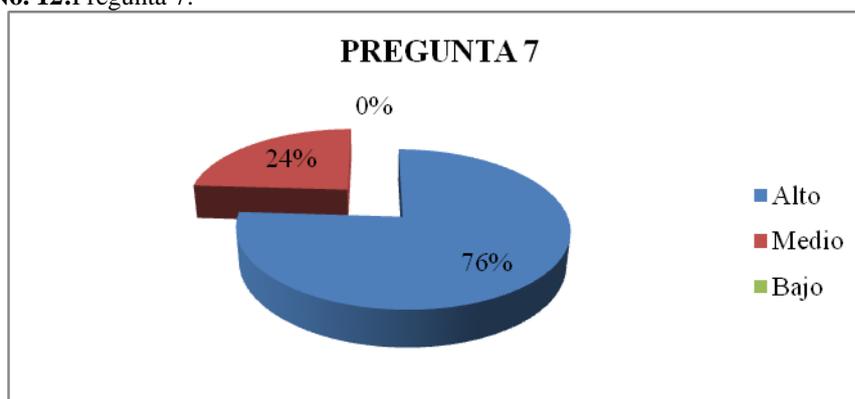
**Pregunta 7:** En qué nivel, ¿cree usted que la implementación de un centro de información turística, influiría para el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes?

**Cuadro No. 10:** Pregunta 7.

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Alto	289	76%
Medio	92	24%
Bajo	-	0%
<b>TOTAL</b>	381	100%

Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Gráfico No. 12:** Pregunta 7.



Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Análisis:** Un 76% de los habitantes del cantón Salcedo, manifiesta que la implementación de un centro de información turística, influiría en un nivel alto considerable para la población y sus habitantes, el 24% lo considera en un nivel medio y un nivel bajo equivalente al 0%.

**Interpretación:** Se determinó entonces que la implementación de un centro de información turística en el cantón, influiría positivamente en la calidad de vida de sus habitantes y que de una u otra manera se verá reflejada en la economía global del cantón.

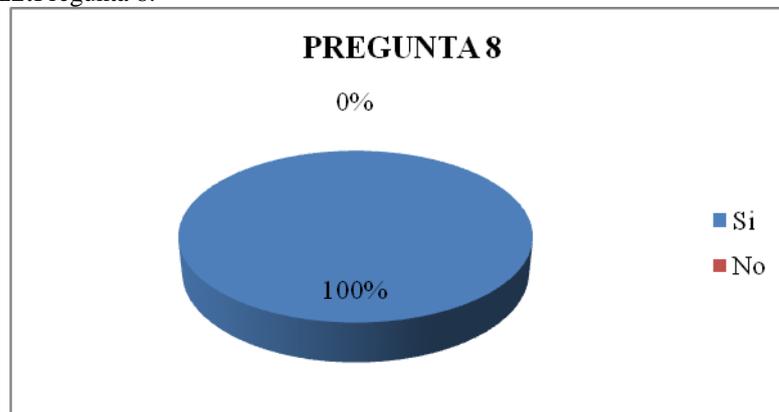
**Pregunta 8:** ¿Piensa usted que el mejoramiento de la infraestructura turística ayude al desarrollo turístico del Cantón Salcedo?

**Cuadro No. 11:** Pregunta 8.

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Si	381	100%
No	-	0%
<b>TOTAL</b>	381	100%

Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Gráfico No. 12:** Pregunta 8.



Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Análisis:** El 100% de personas encuestadas considera que el mejoramiento de la infraestructura turística ayudaría al desarrollo turístico del Cantón Salcedo.

**Interpretación:** De cierta manera el mejoramiento tanto en servicio como infraestructura turística, serían de mucha ayuda y brindarían beneficios al cantón, brindando servicios de calidad, mejorar la atención e impresión al turista, a más de incrementar el desarrollo turístico que se desea obtener.

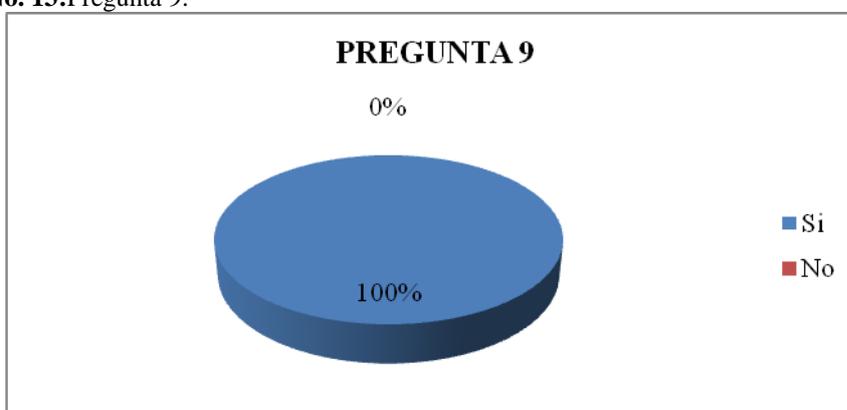
**Pregunta 9:** ¿Cree usted que el incremento de turistas aportarían al desarrollo turístico y económico del cantón?

**Cuadro No. 12:** Pregunta 9.

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Si	381	100%
No	-	0%
<b>TOTAL</b>	381	100%

Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Gráfico No. 13:** Pregunta 9.



Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Análisis:** De acuerdo con los datos obtenidos, el 100% de personas encuestadas en su totalidad consideran que el incremento de turistas, beneficiaría al cantón con mayor captación de divisas, mejora de la calidad de vida de sus habitantes, fomentando su desarrollo social, económico y turístico notable.

**Interpretación:** Cuando un sector, cantón, país, etc.; brinda servicios de calidad, productos innovadores que atraen la atención y elección por parte del turista, se ve reflejado en el incremento de los mismo y es de gran ayuda porque aportan económicamente, incrementan el turismo en la zona y crean plazas de empleo directa e indirectamente lo que ayuda al desarrollo socio-económico y turístico.

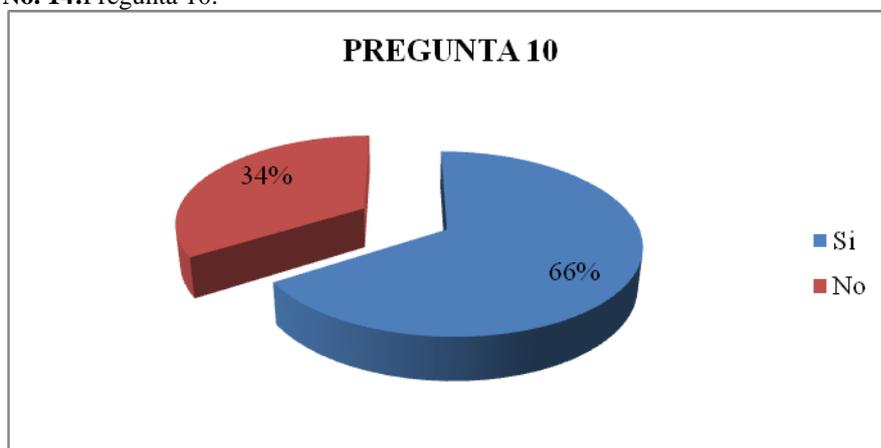
**Pregunta 10:** ¿Cree usted que el desarrollo turístico del cantón mejorará la calidad de vida de sus habitantes?

**Cuadro No. 13:** Pregunta 10.

Alternativas	Frecuencias	Porcentaje
Si	250	66%
No	131	34%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Gráfico No. 14:** Pregunta 10.



Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

**Análisis:** Del 100% de encuestados, el 66% piensa que el desarrollo turístico del cantón mejorará la calidad de vida de sus habitantes y el 34% optó por responder que no.

**Interpretación:** El desarrollo turístico impulsará positivamente la economía en el cantón Salcedo, por medio del incremento de divisas, nuevas plazas de empleo tanto para población activa y con mucha más razón para la inactiva.

## 4.2. Verificación de la Hipótesis

Para la verificación de la hipótesis del presente trabajo de investigación se utilizó el método estadístico, conocido como chi-cuadrado ( $\chi^2$ ).

### 4.2.1. Planteamiento de la Hipótesis

**H<sub>0</sub>** (Hipótesis nula)

Centros de información turística **NO** aportan al desarrollo turístico del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

**H<sub>1</sub>** (Hipótesis alternativa)

Centros de información turística **SI** aportan al desarrollo turístico del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

### 4.2.2. Selección del nivel de significación

Se utilizó el nivel de  $\alpha = 0.05$  para la verificación de la presente hipótesis.

### 4.2.3. Descripción de la población

Se ha tomó como referencia para la investigación de campo el total del universo de la investigación.

**Cuadro No. 14:** Descripción de la Población

<b>Población</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Habitantes del Cantón Salcedo	381	100%
<b>TOTAL</b>	381	100%

Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

#### 4.2.4. Especificación de lo estadístico

Para especificar la parte estadística se expresó un cuadro de contingencia de 5 filas y 2 columnas, con las cuales se determinó las frecuencias observadas.

**Cuadro No. 15:** Especificación de lo Estadístico

PREGUNTAS	CATEGORÍAS		SUBTOTAL
	OPCIÓN 1	OPCIÓN 2	
1	279	102	381
3	362	19	381
4	97	284	381
6	360	21	381
10	250	131	381
<b>TOTAL</b>	<b>1348</b>	<b>557</b>	<b>1905</b>

Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

Una vez determinadas las frecuencias observadas y con los resultados obtenidos, se procede a establecer las frecuencias esperadas.

**Cuadro No. 16:** Especificación de lo Estadístico (frecuencias observadas)

FRECUENCIAS
269,6
111,4

Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

#### 4.2.5. Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Se procede a determinar los grados de libertad considerando que el cuadro consta de 5 filas y 2 columnas.

$\chi^2 T$  = Chi cuadrado tabular

**Cuadro No. 17:** Especificación de la regiones de aceptación y rechazo

GRADOS DE LIBERTAD		
	FILAS	COLUMNAS
gl=	(5 - 1)	(2 - 1)
gl=	4	1
gl=	4*1	
gl=	4	
		$\chi^2 T = 9,49$

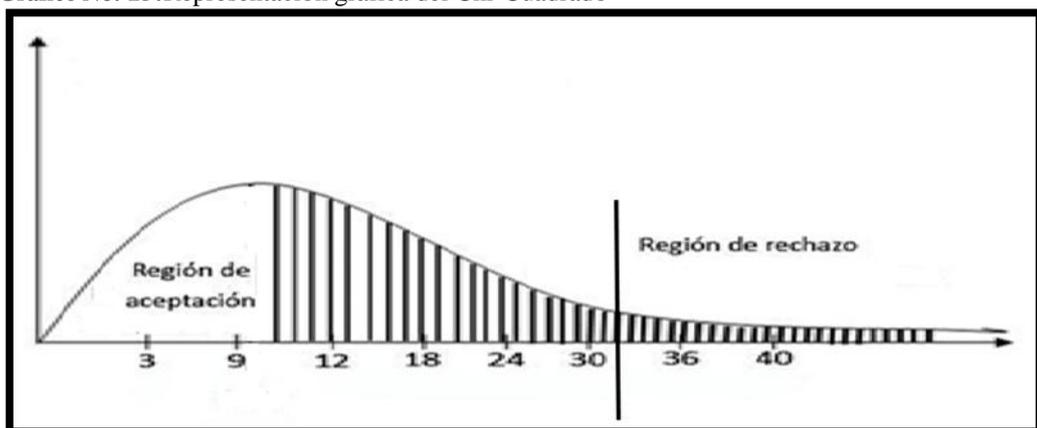
Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

Por lo tanto con 4 grados de libertad y a nivel 0.05 de significación la tabla de  $\chi^2 T = 9,49$ , por lo tanto si  $\chi^2 C \leq \chi^2 T$  se acepta la **HO**, caso contrario se la

rechazará y se aceptará la **H1**.

**La representación gráfica sería:**

**Gráfico No. 15:** Representación gráfica del Chi-Cuadrado



Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

#### 4.2.6. Recolección de datos y cálculo de lo estadístico

Para el efecto se utilizará la siguiente fórmula:

$$x^2 = \text{Chi cuadrado}$$

$\Sigma$  = Sumatoria

O = Frecuencias observadas

E = Frecuencias esperadas

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

#### Recolección de datos (Chi cuadrado)

**Cuadro No. 18:** Recolección de datos y cálculo de los estadístico

O	E	O - E	(O - E) <sup>2</sup>	(O - E) <sup>2</sup> / E
279	269,6	9,4	88,36	0,33
102	111,4	-9,4	88,36	0,79
362	269,6	92,4	8537,76	31,67
19	111,4	-92,4	8537,76	76,64
97	269,6	-172,6	29790,76	110,50
284	111,4	172,6	29790,76	267,42
360	269,6	90,4	8172,16	30,31
21	111,4	-90,4	8172,16	73,36
250	269,6	-19,6	384,16	1,42
131	111,4	19,6	384,16	3,45

				<b>595,89</b>
--	--	--	--	---------------

Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

Como se puede observar  $X^2C = 595,89$  es mayor que  $X^2T = 13,28$ ; por tanto se acepta al hipótesis alternativa **H1** “Centros de información turística **SI** aportan al desarrollo turístico del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi”.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. CONCLUSIONES

- ✓ La implementación de un centro de información turística en el Cantón Salcedo sería de suma importancia, ya que aportaría positivamente al desarrollo socio-económico y turístico que se desea alcanzar.
- ✓ Un centro de información turística, fomentaría y brindaría sin duda alguna mayor seguridad, confiabilidad y satisfacción al turista al momento de visitar el cantón y adquirir información acerca del mismo.
- ✓ El bajo nivel de apoyo por parte del sector público y privado para el desarrollo turístico del cantón Salcedo ha hecho que en sí la actividad turística no alcance el auge que necesita.
- ✓ Salcedo posee potencial, hasta el punto de generar desarrollo económico gracias al turismo mismo que es de suma importancia para de una u otra forma tener información detallada, inventarios actualizados de atractivos turísticos de la zona, que ayudan a tener y brindar opciones al visitante a la hora de dar a conocer el cantón.

- ✓ Un centro de información turística sería el lugar clave para que turistas que visiten el cantón, acudan de manera precisa y obtengan información verídica.
- ✓ El desarrollo de la actividad turística es beneficiosa y positiva, siempre y cuando sea de y con calidad, brindando así la posibilidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes de un sector determinado, en este caso del cantón Salcedo.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

- ✓ Implementar un centro de información turística en el cantón Salcedo para así ayudar al desarrollo turístico y económico del mismo, buscando mejorar la calidad de vida de sus habitantes e introducir el cantón al mercado como una nueva e innovadora opción para el turista.
- ✓ Analizar las características de la demanda turística y sus exigencias a fin de mejorar la calidad del servicio e innovación de productos.
- ✓ Gestionar el apoyo por parte del sector privado y público, para así dar mayor importancia al desarrollo de la actividad turística.
- ✓ El MINTUR debería realizar charlas, foros o seminarios que promuevan y difundan conocimientos acerca de la importancia y los beneficios de los centros de información turística.
- ✓ Promover el desarrollo socio-económico y turístico a través de un turismo consciente, responsable y seguro a fin de mantener y captar nuevos segmentos de mercado.

- ✓ El Cantón Salcedo tendrá ya no solo un desarrollo turístico sino que va mucho más allá, finalmente tendrá una dinamización a nivel social, económico y turístico.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1. DATOS INFORMATIVOS**

**TÍTULO:**

Implementación de un Centro de Información Turística en el cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

**CREACIÓN:** 22 de Septiembre de 1919

**CABECERA CANTONAL:** San Miguel

**EXTENSIÓN:** 484.4 km<sup>2</sup>.

**POBLACIÓN:** 58 216 habitantes aprox.

**CLIMA:** Templado y Frio.

<b>TEMPERATURA MEDIA ANUAL:</b>	13°C.
<b>PRECIPITACIÓN ANUAL:</b>	De 500 1 000 mm.
<b>PARROQUIAS URBANAS:</b>	San Miguel.
<b>PARROQUIAS RURALES:</b>	Antonio José Holguín Cusubamba Mulalillo Mulliquindil Panzaleo

## **6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

De acuerdo a los datos y resultados obtenidos por medio de la investigación realizada con anterioridad, claramente se llega a la conclusión que la implementación de un centro de información turística es la mejor manera de trabajar en beneficio del incremento de turistas para el cantón, mejorando así calidad de vida de sus habitantes y por ende dinamizar la economía y actividad turística en el mismo.

Es muy importante que se tome en cuenta, que la población del cantón Salcedo, está muy consciente que a través de un turismo consciente, responsable y seguro se puede promover el desarrollo socio-económico y turístico a fin de mantener y captar nuevos nichos de mercado.

Cabe recalcar que la atención y los productos turísticos deben ser de y con calidad, añadiendo ese valor agregado que cada uno es capaz de brindar al momento de tener contacto directo e indirecto con la demanda turística.

La implementación de un centro de información turística en el Cantón Salcedo, sería de suma importancia, ya que aportaría positivamente al desarrollo socio-económico y turístico que se desea alcanzar, así también como la innovación tanto en servicios y productos existentes, brindando al turista la facilidad de decidirse por uno en específico.

### **6.3. JUSTIFICACIÓN**

La ejecución de la presente propuesta es **importante**, porque al tener un centro de información turística en el cantón Salcedo, facilitará la entrega de información, al igual que el turista tendrá mayor seguridad a la hora de recibir dicha información ya que provendrá de profesionales capacitados y en un lugar totalmente adecuado y equipado para cumplir con sus expectativas.

Es innovadora, puesto que es una idea totalmente diferente y nueva, cabe recalcar que en el cantón no existe un centro de información turística y su implementación promovería de manera coordinada, planificada y responsable todo lo referente a la actividad turística.

La implementación de un centro de información turística, **aportará** para así saber con exactitud en qué se falla a nivel turístico dentro del cantón, a más de ser esa conexión directa con el turista para conocer acerca de sus dudas y problemas, así también como sugerencias para mejorar tanto servicio como oferta de productos turísticos.

Es **factible** y se verá reflejada de acuerdo al avance e impacto que tenga, también cuenta con la predisposición, respaldo y total apoyo de su autor.

Los principales **beneficiarios** serán los habitantes del cantón Salcedo, los mismos que tendrán la posibilidad de mejorar su calidad de vida.

#### **6.4. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

##### **6.4.1. OBJETIVO GENERAL**

- ✓ Proponer la implementación un centro de información turística para contribuir con el desarrollo turístico y económico del cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

##### **6.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Diseñar la imagen corporativa de centro de información turística.
- ✓ Determinar el sitio adecuado donde funcionará este centro de información turística.
- ✓ Analizar los componentes, equipos y material promocional que debe tener el centro de información turística.

#### **6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

El presente tema de investigación es factible, puesto que, cuenta con el apoyo y respaldo por parte de la tutora encargada, quien será factor fundamental para la realización de la misma.

La predisposición de su autor, será de gran influencia en la realización y desarrollo de la presente propuesta, con el objetivo de promover por medio de la misma el desarrollo tanto económico como turístico que se desea alcanzar para el cantón Salcedo, brindando la oportunidad de brindar un servicio de calidad captando la atención y elección por parte de la demanda turística.

La implementación de un centro de información turística para contribuir con el desarrollo turístico y económico del cantón Salcedo, es sin duda alguna una

alternativa nueva e innovadora, proyectada y creada con el fin de dar a conocer al cantón Salcedo e introducirlo en el mercado, ofertando productos y/o servicios interesantes, satisfaciendo las expectativas, deseos, necesidades y exigencias del turista que continuamente va cambiando sus gustos y preferencias.

## **6.6. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **¿Qué es un iTur?**

Información Turística es un conjunto de servicios que se ofrecen al turista con el fin de orientar y facilitar información valiosa y gratuita durante su viaje o estancia.

La información turística incluye:

- ✓ Información y orientación sobre actividades turísticas deportivas; de ocio o esparcimiento; gastronómicas; turismo patrimonial o recursos culturales tales como monumentos, iglesias o museos; y actividades de negocios como ferias y congresos.
- ✓ Información y orientación sobre la oferta turística de servicios tales como transportes, hospitales, teléfonos de asistencia, asesoría entrantes u orientación respecto a regulaciones y normativas vigentes.
- ✓ Facilitar material impreso informativo: folletos, guías y mapas.
- ✓ Ofrecer información a través de redes tecnológicas de información e información audiovisual.



**Gráfico No. 16:** iTur  
**Fuente:** MINTUR

Un iTur entonces, es un Centro Gratuito que opera a través de una plataforma múltiple de atención: red de socios estratégicos (Gobiernos autónomos descentralizados).

En lo subsiguiente, y en consecuencia de la forma de nuestro isotipo, se denominará:

- ✓ Punto iTur
- ✓ Punto de Información Turística

### **Historia de los Iturs en Ecuador**

El Ministerio de Turismo, organismo rector de las actividades turísticas del país, promueve un tipo de turismo consciente, a través de la ejecución de programas especificados en el PLANDETUR 2020, que es la herramienta para la gestión y desarrollo del turismo en el país.

PLANDETUR incluye entre sus estrategias, la ejecución del Programa de Facilitación Turística, mismo que tiene como uno de sus objetivos, optimizar los puntos de información turística iTur ya existentes, manteniendo como socios estratégicos a los Gobiernos Autónomos Descentralizados, GAD's.

La gestión para la creación de los Puntos de Información Turística arrancó en el Ecuador en el año 2002, cuando se inició la suscripción de los convenios para sus primeras implementaciones.

En la actualidad, la red de Puntos de Información Turística aún no opera en su totalidad y en algunos casos aún no poseen las facilidades, mobiliario, herramientas y material suficiente para prestar el servicio a cabalidad.

### **¿Por qué implementar un Punto iTur?**

La necesidad de ofrecer un servicio de información turística de calidad sobre los atractivos, facilidades y ofertas de nuestro país, se hace cada vez más imperante.

Para satisfacer las cada vez más exigentes demandas de los turistas a nivel nacional e internacional, se debe normar y regir la participación de cada iTur a nivel nacional, mismos que desde hoy, deberán ofrecer calidad, tecnología, unidad de imagen, personal capacitado en todas las áreas de turismo y un ambiente moderno y acogedor.

### **¿Por qué implementar una marca iTur?**

La respuesta más asociada es la búsqueda de notoriedad de la marca hacia los turistas nacionales y extranjeros; y su máxima recordación.

La marca iTur debe ser implementada en diferentes soportes que sustenten su naturaleza.

Por medio de estos soportes, se debe transmitir los valores de la marca a todas las personas que la componen; adaptar la imagen en fachadas, oficinas, unidades decorativas y materiales promocionales; y actualizar constantemente todos los elementos que se utilizan para esta implementación.

“La marca es mucho más que marketing o logotipos. Tiene que ver con la historia que queremos contar, con la causa que nos motiva a crearla”

### **¿A quién nos dirigimos?**

El servicio de un iTur, principalmente se dirige a aquellas personas que se encuentran visitando los distintos destinos del Ecuador, sean ellos ecuatorianos o de cualquier parte del mundo; y que lo hacen para aprender más sobre nuestro país y para aumentar su conocimiento, no en un sólo aspecto, sino en el contexto global de descubrir las maravillas de nuestros destinos.

La afluencia de turistas a un país hace que sus ciudades funcionen, y la labor de un iTur es fomentar y aumentar esa afluencia. Por ello es fundamental optimizar

la conectividad turística, dotando a los iTur de facilidades, equipamiento y básicamente de señalética que permita la fácil ubicación tanto desde el exterior de los Puntos, como internamente de los servicios que éstos ofrecen.

### **¿Cómo queremos que no vean?**

Ecuador hace cada día más noticia a nivel turístico, nacional como también a nivel internacional, desde que, coordinando actuaciones públicas y privadas, se inició la construcción de la nueva Marca País, buscando paso a paso los pros y contras de nuestra imagen hacia el mundo, ver qué acciones se estaban haciendo para mejorarla y principalmente ir desarrollando una oferta completa que incluya la permanencia visual en las mentes de los turistas y potenciales turistas.

Los esfuerzos conjuntos que se han realizado, han empezado a dar frutos; pero tenemos que seguir trabajando en fortalecer la imagen de una marca personal y potenciar nuestras fortalezas de atracción, propias de nuestros materiales, nuestros atributos, nuestra personalidad y nuestra naturaleza de país biodiverso.

Somos un país joven, de gustos sencillos pero de gran atractivo visual, étnicos por historia pero modernos por evolución; y eso es lo que debe ser un iTur, la puerta de información sobre lo que somos, y lo que se debe mostrar al turista.

Al diseñar y crear nuevos productos, tratamos de resolver también la fase de construcción; y los materiales son el soporte físico de la invención.

No se puede inventar en abstracto, en el vacío; hay que conocer las propiedades y características de los materiales y, cuando inventamos, lo hacemos teniendo el material muy presente.

El conocimiento de los materiales, sus propiedades y características, es importante porque nos permite elegir productos adecuados y usarlos de forma más segura y

eficaz. La madera, por ejemplo, está impregnada por la naturaleza cálida, vegetal y al mismo tiempo durable de este fabuloso material.

La comunión entre los materiales escogidos, los colores, la ubicación de los elementos y su orden, la señalización, la renovación de la estética y nueva imagen del local, refleja la personalidad y el carácter del lugar, que es lo que intentamos conseguir para proyectar la sencillez étnica de los ecuatorianos, conjugado con su actual nivel de modernismo.

Luego de investigar, estudiar y analizar los elementos que nos podrían servir para el nuevo concepto y la decoración del iTur, fabricación del mobiliario y tapizado, nos inspiraron algunos netamente ecuatorianos que, por sus factibilidades de durabilidad, resistencia, funcionabilidad, buen acople y estética, son los que utilizaremos en el presente manual.

## **IMAGEN**

La imagen es una filosofía que regula el comportamiento de las marcas, es la manera por la cual se trasmite quiénes somos, qué somos, qué hacemos y cómo lo hacemos; es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento.

Para mantener un cierto estilo, debemos procurar reglamentar todas las expresiones en las que se mezcla esta imagen, y dar las disposiciones para los distintivos externos e internos (señalización), los escaparates o vitrinas, los soportes de información y las estructuras expositivas (decoración de las oficinas y colores dominantes)

Uno de los más importantes requisitos dentro de la construcción de una marca, es el isotipo, que se fundamenta en reflejar la personalidad del servicio o producto.

La imagen propuesta en el presente manual, abarca desde la renovación del isotipo iTur hasta el completo estilo del lugar, y para representar el servicio ofrecido utilizaremos en las diferentes áreas del local, las 2 figuras representativas de las marcas iTur y Ecuador.

## **IDENTIDAD**

**Gráfico No. 17:** Identidad



**Fuente:** MINTUR

El tema de la identidad es hoy de gran relevancia; en efecto, su estudio implica un minucioso trabajo de autopercepción y percepción externa.

Identidad es la respuesta a las preguntas quién soy, qué soy, de dónde vengo, hacia dónde voy.

Pero el concepto de identidad apunta también a qué quiero ser.

Es posible definir una identidad iTur más amplia que la actual, que permita expresar mejor lo que somos, no desde un punto de vista general, sino profundizando en temas precisos como: porqué utilizar ciertos colores que evocan Ecuador, qué materias primas son adecuadas para mostrar nuestra naturaleza, usar texturas que transporten a los turistas palpar y sentir lo que somos y qué tipo de decoración permite relacionar nuestra historia, biodiversidad y nuestra evolución.

Este manual tiene un detalle de cada paso a definir para proyectar una estrategia de identidad, misma que se resume en un solo concepto:

**“Mostrar Ecuador, es un placer”**

## **GLOBALIDAD**

**Gráfico No. 18:**Globalidad



**Fuente:** MINTUR

**“Menos es más”**

El minimalismo es la tendencia de la arquitectura que aplicaremos en los iTur, caracterizada por la extrema simplicidad de sus formas puras y por una tendencia a la monocromía en los suelos, techos y paredes; que dan gran importancia al concepto de espacio, amplitud y dan la bienvenida a los materiales ecológicos.

Al final son los accesorios los que le dan un toque de color al lugar.

Es exactamente este lenguaje de modernidad internacional el que, conjuntamente con nuestra propia identidad, queremos expresar en un iTur, transmitirle al turista y crear una sensación de placer al ingresar en cada uno de los Puntos de Información Turística.

Cada Punto iTur contará con lo estrictamente necesario para atender al turista, mostrar material impreso y souvenirs, invitarlo a la comodidad integral y ofrecerle paz visual para lograr su objetivo.

- ✓ Continuar visitando nuestro hermoso Ecuador.

## ACCESIBILIDAD

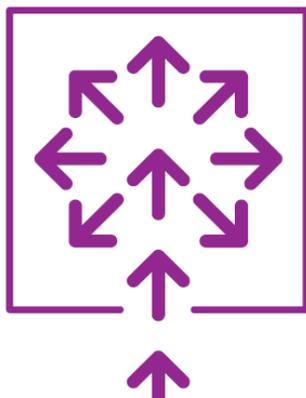


Gráfico No. 19: Accesibilidad  
Fuente: MINTUR

### “ITur para todos”

La accesibilidad es una de las metas del servicio de un iTur y un derecho que debemos ofrecer, en el grado en el que todas las personas puedan utilizar un soporte informativo, acceder a un servicio fácilmente, encontrar y visitar el lugar de manera segura, confortable y autónoma; en fin, brindar un acceso físico, cultural, sensorial e informativo.

Ubicar correctamente los elementos, soportes tecnológicos, mobiliario, señalética y demás cualidades y características del entorno, es parte de un diseño ambiental

propuesto por esta consultoría, y es lo que facilitará las condiciones de la visita a un iTur.

El diseño ambiental que proponemos en el presente manual, establece los siguientes principios del diseño universal, como guía de las disciplinas del diseño:

- ✓ **Flexibilidad:** el diseño debe poder adecuarse a un amplio rango de tamaños y espacios ya existentes.
- ✓ **Simple e intuitivo:** el diseño y ubicación de elementos debe ser fácil de entender para el turista.
- ✓ **Información fácil de percibir:** el diseño y simbología debe ser capaz de mostrar información, independientemente de la procedencia o idioma del turista.
- ✓ **Dimensiones apropiadas:** los tamaños y espacios deben ser apropiados para el alcance, manipulación y uso por parte del turista.

## **FUNCIONALIDAD**

**Gráfico No. 20:** Funcionalidad



**Fuente:** MINTUR

Si hay algo que destacar del diseño minimalista que otorgaremos a los iTur, es la funcionalidad y el aprovechamiento de los espacios que se logra.

En toda experiencia verdadera del diseño arquitectónico interior, la forma viene determinada por su función, adecuándose perfectamente a ella.

Podemos nombrar dos puntos importantes de la funcionalidad propuesta en este manual:

- ✓ La funcionalidad existencial, tal vez una de las más importantes; es aquella que brinda al hombre un lugar agradable para existir, y es lo que busca un iTur para sus turistas.
- ✓ La funcionalidad técnica, por su parte, es la perfecta adecuación de la forma de los muebles y demás elementos de decoración, a la función de los mismos; para así ofrecer al turista el universo de posibilidades de un iTur, a su cómodo y fácil alcance.

Por otro lado, la experiencia racional que se llevarán los turistas que visiten un iTur, se relaciona directamente con la funcionalidad de todos los espacios, elementos, distribución y servicios en su interior.

Un iTur tendrá como objetivo, a partir de la implementación de este manual, innovar en la estética, sin descuidar la real utilidad de su función.

## **SIMPLICIDAD**

La simplicidad, que no es simpleza, es uno de los fundamentos del diseño visual de calidad.

Un diseño complicado en un iTur, aunque resuelva una necesidad de mostrar más información, requiere un exceso de energía y tiempo por parte del turista y no es lo recomendable para su confort.



La aceptación y el interés por la simplicidad a nivel internacional, tienen un componente cultural importante, por ello si pretendemos conjugar funcionalidad y diseño de forma efectiva, hoy en día no podemos ignorar la simplicidad.

Simplicidad en los materiales, en los colores neutros y sobrios, en el moderno minimalismo, en la básica geometría de los elementos metálicos, en la pureza la naturaleza y en una distribución clara y fácil; es lo que utilizaremos para implementar los iTur.

Gráfico No. 21: Simplicidad  
Fuente: MINTUR

## SEGURIDAD

Seguridad, al ser el conjunto de medidas y acciones para proteger un ente contra determinados riesgos a los que está expuesto, podemos afirmar que los iTur necesariamente requieren de ciertas medidas de seguridad debido a los múltiples elementos que contiene en su interior; tales como elementos exhibidos, información almacenada física (impresos) y digitalmente (archivos en computadoras) y equipos electrónicos.

Pero el concepto de seguridad es muy amplio y también incluye la forma en que está construida la oficina, local o casa en la que funciona el iTur. Por la misma seguridad de quienes trabajan y de los turistas que acuden a un iTur, la plataforma arquitectónica de seguridad es



Gráfico No. 22: Seguridad  
Fuente: MINTUR

un componente muy significativo y debe revisarse que contenga cimentaciones y bases seguras, paredes estables, techos en buen estado para soportar el clima, ventanas y puertas protegidas.

El mobiliario a utilizar para escritorio, exhibidores o credenzas (archivador horizontal), también requiere de seguridad en sus puertas y/o cajones.

Se debe tomar en todos los casos y a nivel nacional, las medidas adecuadas para eliminar los posibles riesgos existentes.

## DEFINICIÓN DE LA MARCA



### **Antecedente**

Marca es un término que cuenta con varios usos y significados. Uno de los más frecuentes está vinculado al derecho exclusivo a la utilización de una palabra, frase, imagen o símbolo para identificar un producto o un servicio.



La marca, en nuestro caso, es el isotipo que identifica lo que se ofrece en cada uno de los Puntos iTur, y esto es: información turística.



La condición asociativa de la marca es un poderoso instrumento. La originalidad, la simplicidad y el valor de la fuerza del impacto visual y racional, contribuyen a la



constante re impregnación de la marca en la memoria colectiva y se convierte en un símbolo de fácil ubicación en el universo de símbolos.

**ISOTIPO:** Es la representación gráfica de un objeto, que es un signo-ícono

A nivel internacional encontramos que en muchos países de todos los continentes se utiliza el mismo isotipo con un sinnúmero de variantes en color y tipografía para el servicio de información turística.

En esta consultoría hemos optado por proponer una renovación y modernización de este mismo isotipo, buscando una previa recordación e identificación de los turistas.

### **TIPOS DE ITURS**

Según estudio de los iTurs en actual funcionamiento, realizado por la Arq. Grace Ramírez, existen 76 iTurs a nivel nacional. En el mismo pudimos comprobar que todas las edificaciones de Información Turística, son diferentes en todo sentido.

Basados en la documentación de dicho estudio, esta consultoría ha realizado una categorización intentando aproximar tamaños, formas de edificación y tipos de fachada.

#### **Categorías por tipos de Espacio:**

- ✓ **Locales cerrados:** Aquellos locales que se encuentran dentro de un centro comercial o edificación gubernamental, y no tienen su fachada frontal hacia la calle pero que funcionan de manera independiente a otros locales..

- ✓ **Oficinas compartidas:** Aquellas oficinas abiertas o con paredes a media altura, que están compartidas en una misma edificación con otras dependencias municipales u otro tipo de servicios.
- ✓ **Locales abiertos:** Aquellas oficinas o locales totalmente independientes, cuyas puertas dan a la calle, y que sirven únicamente para la función del iTur.

#### **Categorías por Tamaños:**

- ✓ Pequeño (10 - 20 m<sup>2</sup>)
- ✓ Mediano (21 a 30 m<sup>2</sup>)
- ✓ Grande (+ de 31 m<sup>2</sup>)

#### **Categorías Especiales:**

- ✓ **Oficinas o locales especiales:** Aquellas que tienen estructuras completamente distintas a las de una casa o edificio normal.
- ✓ **Islas y counters:** Aquellas estructuras fabricadas especialmente para ubicar en centros comerciales o terminales de transportes; y estructuras más pequeñas en casos de espacios más pequeños. (fracción de la isla)

#### **Mobiliario**

Debido a la diversidad de rangos, esta consultoría propone un plan de distribución de mobiliario para oficinas escogidas con medidas similares.

Como referencia, y dependiendo de la estructura de la oficina:

En una oficina cuadrada de 30 m<sup>2</sup> ingresarían la misma cantidad de muebles que en una oficina rectangular de 30 m<sup>2</sup>.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>MINTUR

## 6.7. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA

**Cuadro No. 19:** Administración de la Propuesta

<b>FASES</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>RESPONSABLES</b>
<b>SOCIALIZACIÓN</b>	Socializar con servidores turísticos y autoridades públicas y privadas, sobre la importancia de la implementación de un centro de información turística y su óptima aplicación.	<p>Coordinar una reunión con los actores involucrados en la actividad turística.</p> <p>Preparar presentación de la propuesta.</p> <p>Convocar la reunión.</p> <p>Dar a conocer el proyecto.</p>	<p>Internet</p> <p>Computadora</p> <p>Proyector</p>	2 semanas	Autor de la propuesta.
<b>PLANIFICACIÓN</b>	Planificar objetivos y metas a alcanzar.	Presentación de objetivos y metas.	<p>Computadora</p> <p>Proyector</p> <p>Trípticos</p>	2 días	Autor de la propuesta.

<b>EJECUCIÓN</b>	Ejecutar la propuesta de manera coordinada y conforme a lo planificado.	Poner en marcha la propuesta planificado con anterioridad.		1 año	Autoridades y autor de la propuesta.
<b>EVALUACIÓN</b>	Evaluar resultados.	Verificar el impacto de la propuesta por medio de aplicación de encuestas, entrevistas y reuniones con autoridades y actores involucrados en la actividad turística.	Encuesta Entrevista Computadora Internet	1mes	Autoridades, técnicos de turismo y autor de la propuesta.

Elaborado por: TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

## 6.8. ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA

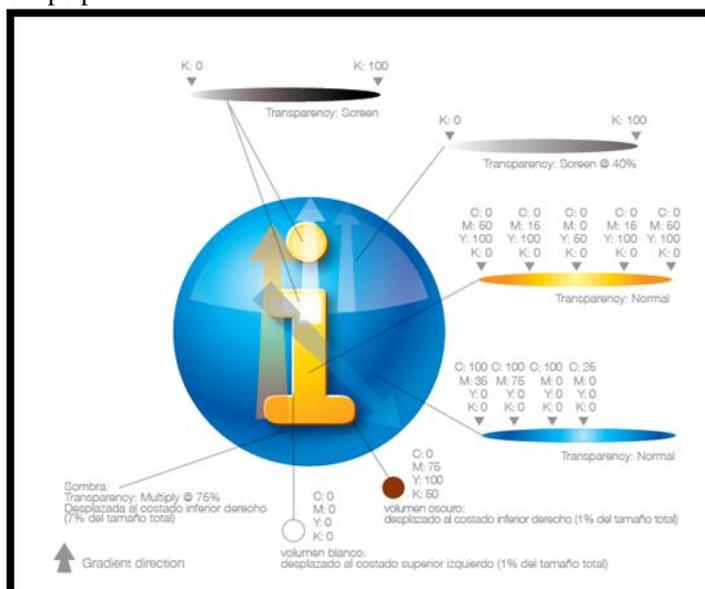
La implementación del Centro de información turística en el cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi, se regirá por lineamientos específicamente establecidos por el Ministerio de Turismo.

Además es importante recalcar, que será un Local Tamaño 1 (10 a 20 m<sup>2</sup>), puesto que se ubicara en el GAD Municipal del cantón Salcedo, y de acuerdo a esto su adecuación ha sido seleccionada.

El principal fin del CIT a implementarse, es brindar información detallada, concisa y segura a la demanda turística acerca de los atractivos turísticos existentes en el Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi, a más de poder y tener la oportunidad de despejar cualquier tipo de duda que tengan; a continuación se detalla la manera en la que estará organizado de acuerdo a lineamientos regidos por el MINTUR.

### ISOTIPO PARA LOS ITURS

Gráfico No. 24: Isotipo para iTurs.



Fuente: MINTUR

El isotipo, es el elemento fundamental de un proyecto de identidad.

El isotipo iTur deberá considerar los siguientes aspectos:

- ✓ **Flexibilidad:**No sólo encaja con los lineamientos centrales de la marca, sino también con nuevos productos o extensiones de la línea.
- ✓ **Conexión:**Se acopla fácilmente con los mercados meta. No muy moderno para consumidores conservadores, no muy conservador para mercados modernos.
- ✓ **Sustentabilidad:**Una gran cantidad de marcas actualiza sus logotipos cada 20 años, por tanto es importante tener un concepto que no se vuelva obsoleto pronto.

### **CATEGORÍA TAMAÑO DEL LOCAL**

De acuerdo con el análisis de los locales existentes en la actualidad se pudieron determinar 3 categorías de oficinas:

- ✓ Aquellas de espacio muy reducido
- ✓ Aquellas de espacio moderado
- ✓ Aquellas de espacios cómodos que permiten brindar más servicios al turista.

Para la implementación del CIT a ubicarse en el cantón Salcedo, se ha seleccionado el siguiente tamaño de local, de acuerdo con las características que tendrá el mismo:

- ✓ **Local tamaño 1 – Pequeño (20 m2)**

Son locales muy básicos en contenido, pero que deben manejar la misma imagen de todos los otros locales.

### **LOCAL TAMAÑO 1**

✓ **Pequeño (20 m<sup>2</sup>)**

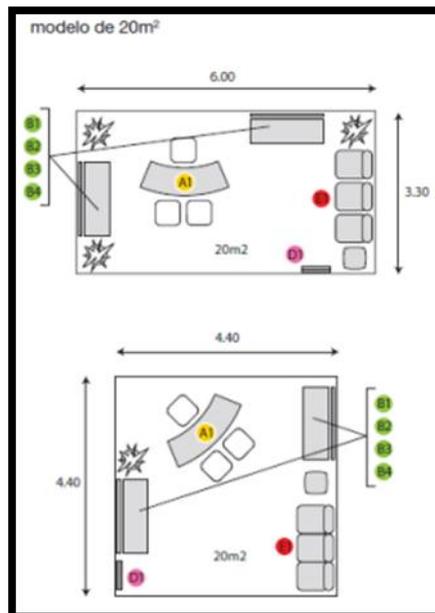
Además del tamaño, estos locales se caracterizan por sus pocos recursos para poder operar. Es por ello que los elementos serán los estrictamente necesarios.

Todas las oficinas de esta dimensión deberán contar con:

- ✓ 1 escritorio
- ✓ 2 credenzas (archivador horizontal bajo) con panel posterior
- ✓ 1 panel especial para folletería
- ✓ 1 silla para el informante
- ✓ 2 sillas de visita

Más decoración vinílica en la pared y adicionalmente cualquier planta ornamental que se desee colocar.

Gráfico No. 25: Local Tamaño 1



Fuente: MINTUR

**NORMAS DE FACHADA – LOCAL TIPO B**

Se ha seleccionado un Local Tipo B, puesto que la oficina del centro de información turística a implementarse en el cantón Salcedo, estará compartida con las oficinas que forman parte del GAD Municipal del mismo.

A continuación se detalla información necesario y por medio de la cual se regirá la implementación y adecuación del CIT:

✓ **Oficina compartida**

En este tipo de fachadas, se debe transformar los elementos externos que no estén acoplados a los materiales, colores o diseños dispuestos de acuerdo a lo establecido por el MINTUR.

El rótulo en este caso, irá anclado desde el techo de la edificación.

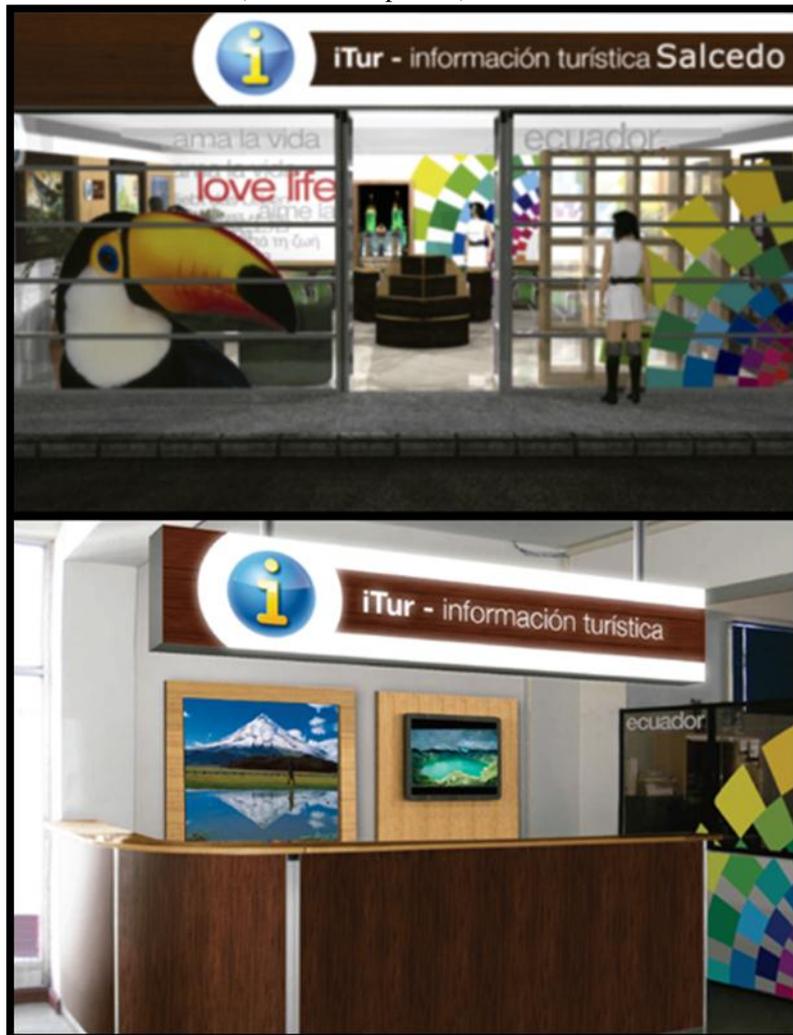
**Se deberá realizar las siguientes actividades:**

- ✓ Blanquear paredes y/o columnas que estén de otro color u otro material.
- ✓ Utilizar cajas de luz en los letreros y si el espacio lo permite, usar el rótulo bandera o totem.
- ✓ Utilizar espacios definidos, como paredes y ventanas, para colocar la gráfica siguiendo los principios del local tipo.
- ✓ No colocar ningún otro tipo de elementos decorativos o informativos, fuera de los espacios previstos y normados para esta función en el presente manual. (paneles)

Finalmente y de acuerdo a lo regido por el MINTUR para la implementación, adecuación y decoración de Centros de Información Turística.

El gráfico a continuación muestra el producto final de la propuesta a ejecutarse, es decir, así quedará el centro de información turística en el cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi y que estará ubicado en el GAD Municipal del mismo.

**Gráfico No. 26:** Normas Fachada (Oficina Compartida)



**Fuente:** MINTUR

## ARQUITECTURA INTERNA

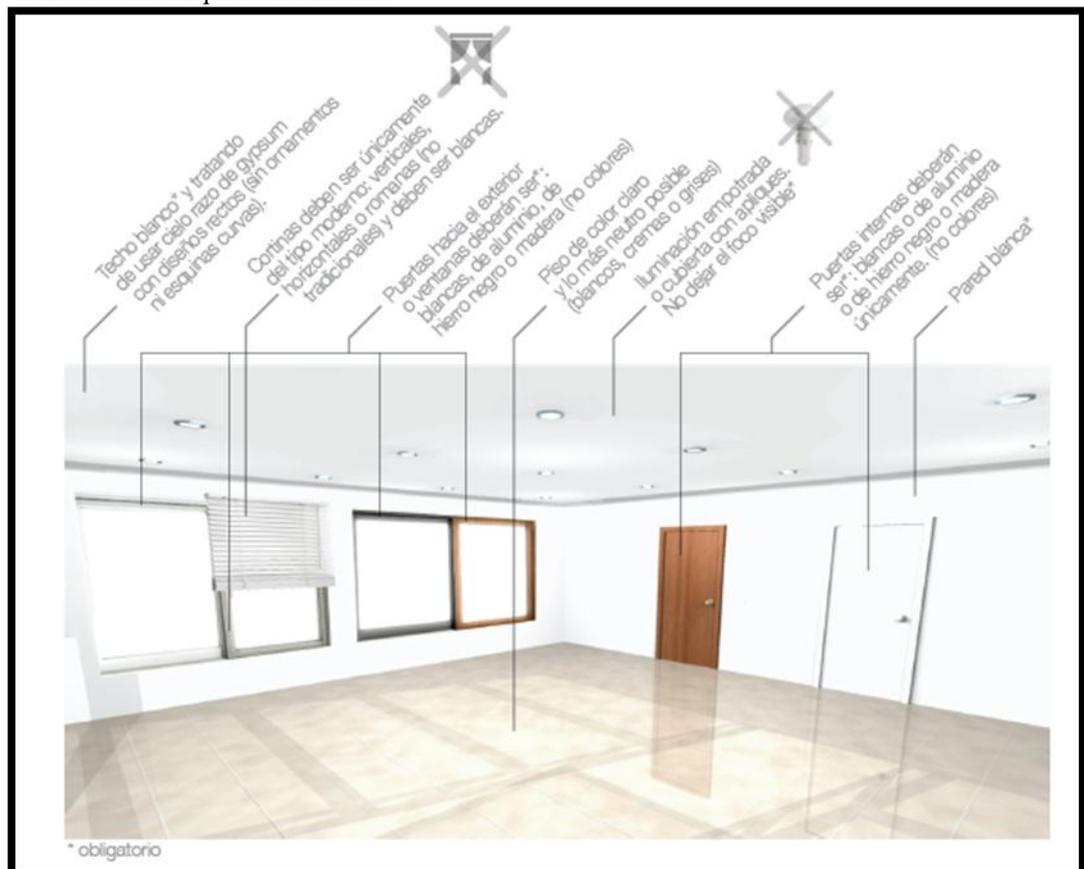
### NORMAS ARQUITECTÓNICAS

Es fundamental iniciar la implementación de la imagen del centro de información turística en el GAD Municipal del cantón Salcedo, con un local neutro.

Deberá tener colores blancos, grises o madera, evitando la presencia de otros colores. Evidentemente se tratará de incurrir en la menor inversión posible.

Por ello es importante que se aplique de la mejor manera estas recomendaciones, realizadas por el Ministerio de Turismo:

Gráfico No. 27:Arquitectura Interna

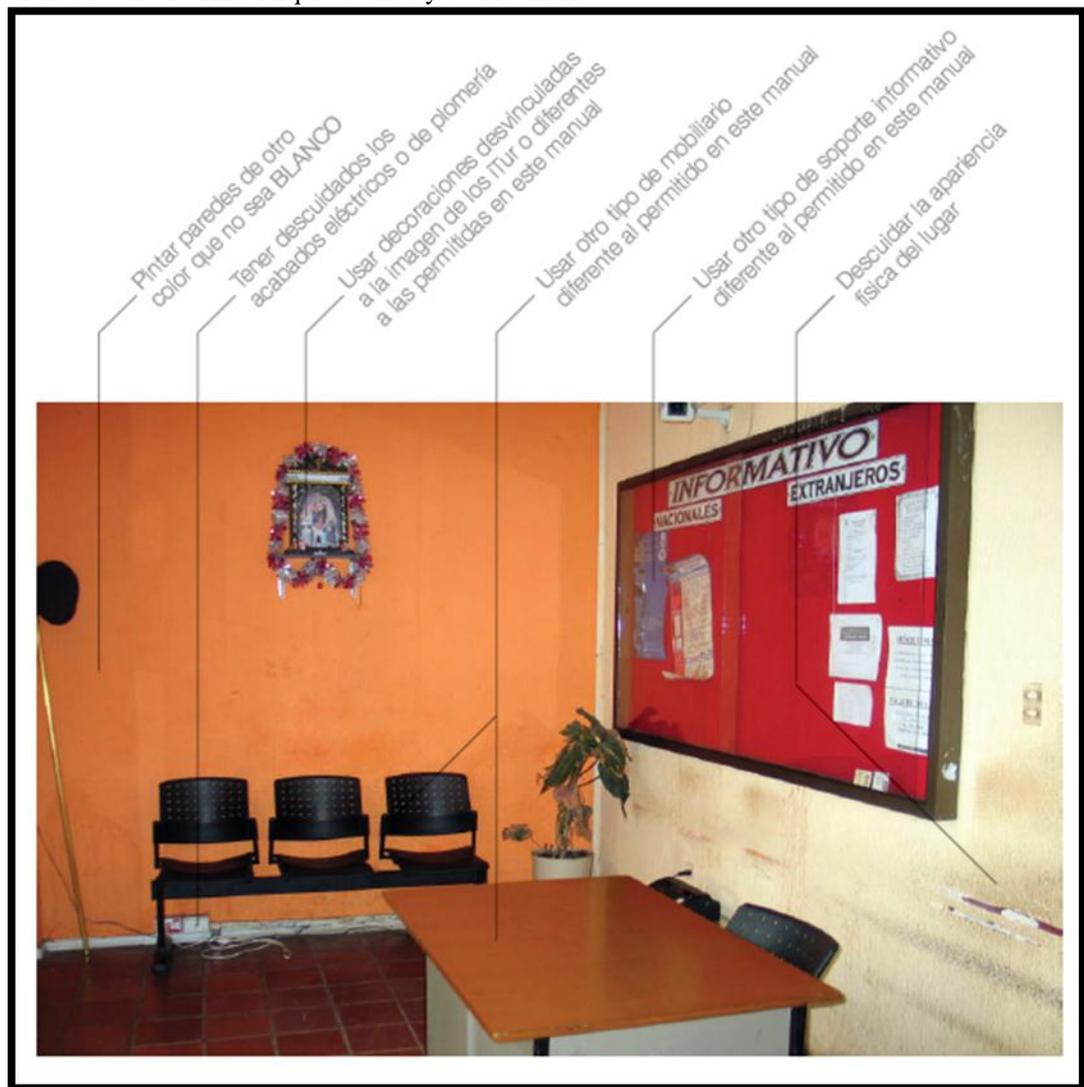


Fuente: MINTUR

## NORMAS ARQUITECTÓNICAS Y DE MOBILIARIO

Se prohíbe:

Gráfico No. 28: Normas Arquitectónica y de Mobiliario



Fuente: MINTUR

## RENDERS DE LOCALES

### ✓ Local Tamaño 1

#### Pequeño

Según la normativa establecida los locales pequeños deberán tener este tipo de presentación.

Gráfico No. 29: Renders de Locales



Fuente: MINTUR

De acuerdo al gráfico No. 30, se realizará todo el proceso de adecuación del CIT en el cantón Salcedo y es así como quedará finalmente.

Cada detalle por mínimo que sea, será de suma importancia para dar realce al establecimiento y captar la atención del turista de mejor manera.

## **MOBILIARIO**

### **Muebles de madera**

Resulta casi imposible resistirse a la belleza de la madera. Su calidez es un fiel sinónimo de la naturaleza.

Ecuador es reconocido a nivel internacional por la excelente calidad de su madera y sus manufacturas.

Por ser fáciles de encontrar en todo el Ecuador, su resistencia a los diferentes climas y sus múltiples características, se ha decidido sugerir madera de seike para la construcción del mobiliario del Centro de Información Turística en el cantón Salcedo.

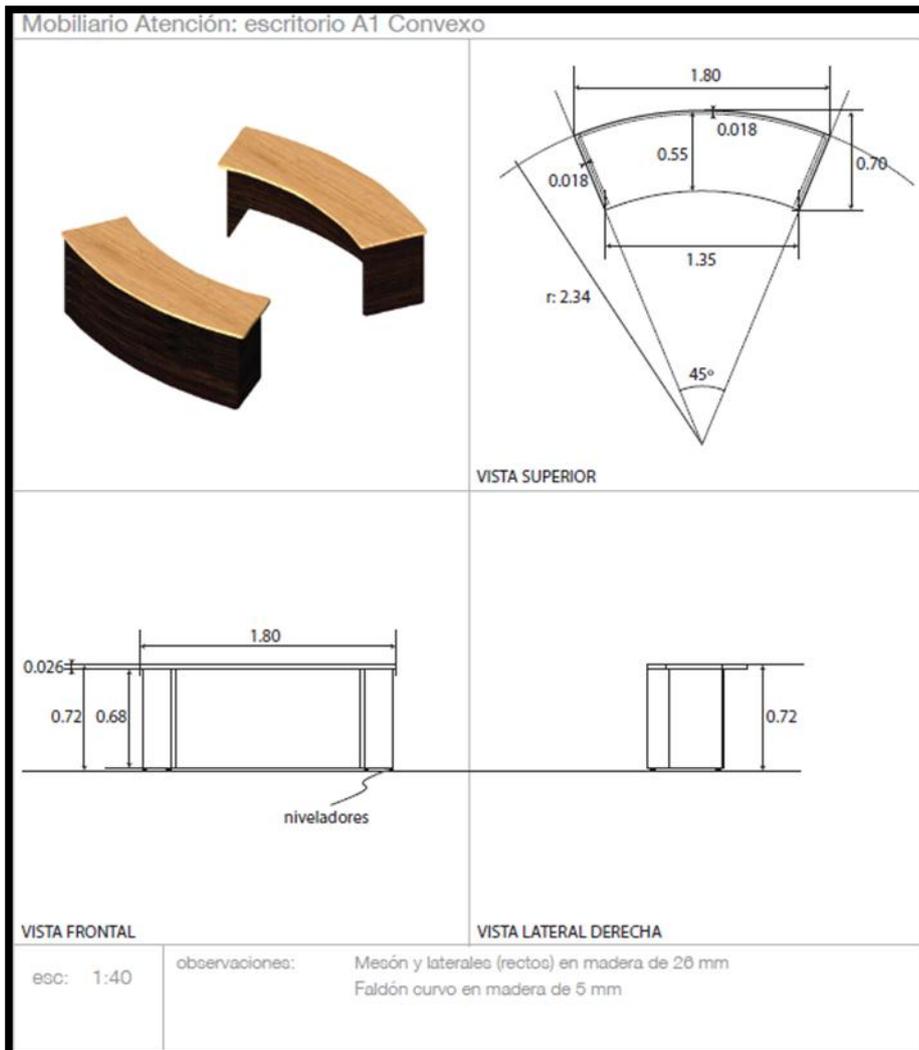
#### **✓ SEIKE**

Es una especie que por sus características y usos similares a los del Cedro y Caoba, tiene gran demanda por parte de varios sectores. Es una madera de uso múltiple en construcciones livianas, chapas decorativas, muebles y carpintería en general.

En general el Seike es una madera buena para trabajar; no ofrece resistencia a la penetración de clavos y existen buenos resultados.

A continuación se detallarán los planos de todos los muebles fabricados con estos materiales y que han sido seleccionados de manera unánime para la adecuación del centro de información turística a implementarse en el GAD Municipal del Cantón Salcedo:

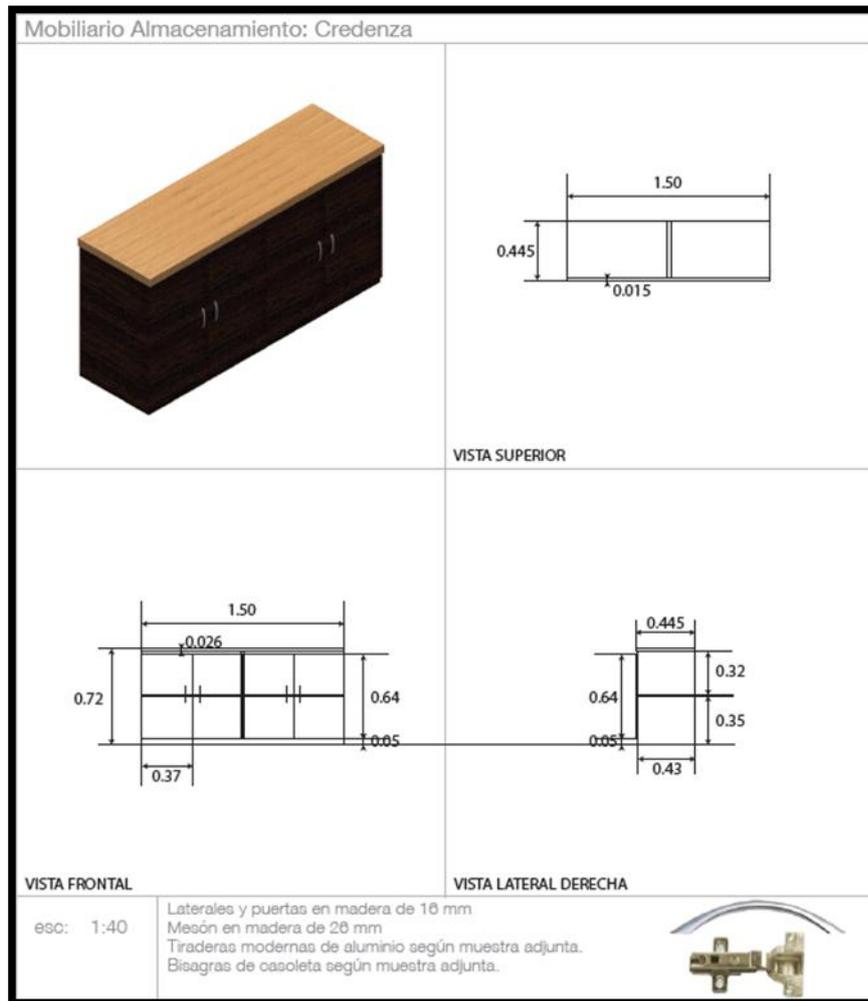
**Gráfico No. 30: Mobiliario**



**Fuente:** MINTUR

En lo referente al mobiliario de atención, se ha seleccionado un escritorio A1 Convexo para aprovechar el espacio de acuerdo al tamaño del establecimiento y brindar mayor confort tanto al turista como al informante.

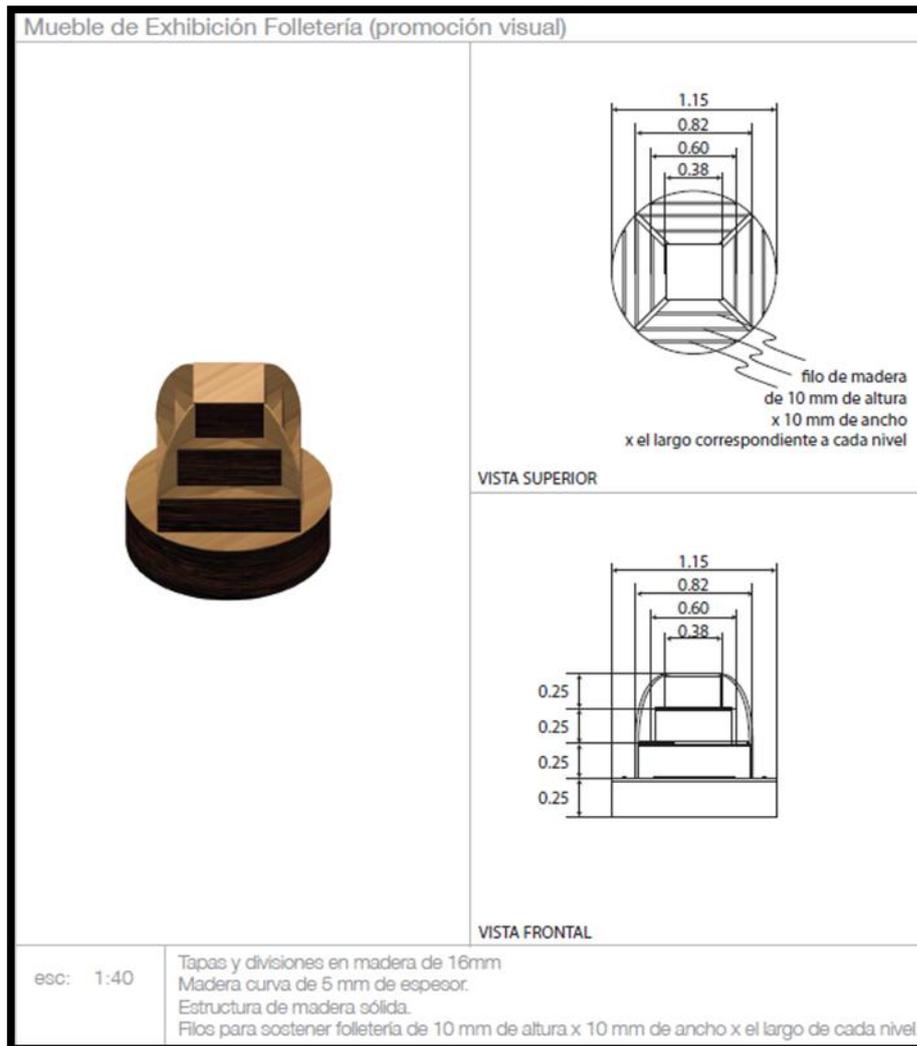
**Gráfico No. 31:**Mobiliario



**Fuente:** MINTUR

El mobiliario de almacenamiento: credenza, servirá para guardar material promocional, por ejemplo: cd's, guía turística, posters, trípticos, dípticos, postales, etc.; con el fin de tenerlos de forma ordenada y así poder entregarlos al turista de manera directa.

**Gráfico No. 32: Mobiliario**



**Fuente:** MINTUR

El mueble de exhibición de folletería, ayudará de manera directa a que el turista se sienta atraído por dicho material publicitario, mismo que tiene como finalidad captar su atención y por ende promocionar al cantón Salcedo.

## Sillería

- ✓ La sillería debe ser moderna. Sin embargo la tapicería debe obligatoriamente ser hecha con tejidos locales.
- ✓ La tela debe ser de algodón grueso tipo “hamaca”.
- ✓ Los colores de todas las tapicerías del local deben obedecer al patrón regional que se maneja con la imagen de los “destinos” del ECUADOR.

Ejemplo: Para los Puntos iTur ubicados en la Amazonía, toda la tapicería deberá ser en tonos verdes.

A continuación se muestran algunas texturas que encontramos en nuestras telas:



Gráfico No. 33: Sillería  
Fuente: MINTUR



Gráfico No. 34: Sillería  
Fuente: MINTUR

La sillería hecha en ECUADOR brinda la oportunidad de que un centro de información turística, denote su esencia y lo que quiere transmitir; por medio de la selección de entre una muy variada textura en telas de acuerdo a la zona, para el centro de información turística a implementarse en el cantón Salcedo, se ha escogido la textura en tela correspondiente a los Andes, color lila.

## Decorado de la pared principal

Al momento de implementar la decoración se deberán identificar las 2 paredes internas más importantes del local.

Una de ellas deberá manejar la gráfica institucional que consiste en 2 elementos:

- ✓ El texto de AMA LA VIDA, debe aparecer en los diferentes idiomas. La versión en inglés es la única que resalta en color rojo. Su tamaño debe ser considerable en el espacio previsto para este.
- ✓ El isotipo de Ecuador deberá manejarse igualmente con un tamaño considerable, que incluso no quepa en la pared. Para ello existirá ciertas consideraciones a tomar en cuenta para el corte de esta imagen.

Gráfico No. 35: Decorado de la pared principal



Fuente: MINTUR

## Textos AMA LA VIDA

Estos textos deberán estar, en la medida de lo posible, del lado izquierdo de la pared prevista para esta imagen institucional (1). En el caso de que no sea posible se deberá utilizar la versión alineada a la derecha (2).

Estará totalmente ubicado hacia la esquina de la pared izquierda, incluso podrá ser cortado en uno de sus costados siempre y cuando sólo se corte una fracción de la letra sin que se pierda la perfecta lectura de la frase.

Si se usa la versión diestra, se mantendrán los mismos conceptos de apego a la pared y el recorte del lado derecho.

Estos textos deberán ser fabricados con plotter de corte en vinil adhesivo.

Se utilizarán sólo dos colores:

- 7125-31 Gris Medio  
Un gris equivalente a un 35% del negro
- 7125-263 Rojo Perfecto  
El rojo más intenso

Gráfico No. 36: Textos AMA LA VIDA



Fuente: MINTUR

## **Isotipo ECUADOR**

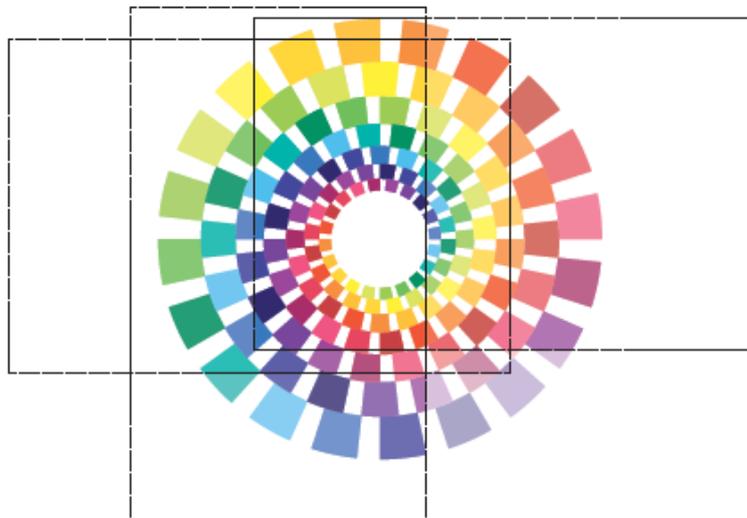
Por el tamaño de este elemento, es muy probable que va a requerir ser cortado en alguno de sus costados.

Se aplican tres normas fundamentales:

- ✓ Mantener el centro del isotipo intacto
- ✓ Dejar por lo menos uno de sus costados intacto
- ✓ Se mantendrá por lo menos el 40% de su contenido visual, no menos que ello.

Deberá ser impreso en vinil adhesivo a 1440 dpi con protección UV para prolongar la vida útil de la impresión y recortado para vaciar los espacios blancos entre los colores.

**Gráfico No. 37:** Isotipo Ecuador



**Fuente:** MINTUR

## **Decorado de las paredes restantes**

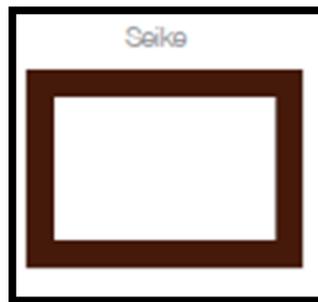
Cada elemento en el interior tendrá un soporte específico:

- ✓ Gráficas: marco decorativo en ambas maderas
- ✓ Corcho para información general: alineado a la estética general con el mismo marco de los cuadros
- ✓ Mapa del Ecuador o de la región: alineado al mismo estilo de los marcos
- ✓ Soporte para la pantalla de plasma o led: alineado al mismo estilo de los marcos

Existen varias alternativas para poder usar, según la necesidad.

En espacios donde existan más de 3 paneles se deberá alternar el color de la madera, como se muestra a continuación:

**Gráfico No. 38:**Decorado de Paredes



**Fuente:** MINTUR

## **Otros decorados**

Adicionalmente a plantas, flores y pequeños árboles de interior, presentados en maceteros de barro, no se permiten otros elementos de decoración.

Se controla de esta manera opiniones subjetivas sobre lo que es estético para unos y no para otros.

## SEÑALIZACIÓN INTERIOR

### Normas de señalización interna

Dentro de las oficinas existirán pocos elementos señaléticos. Sin embargo es importante establecer una estructura para que éstos y otros elementos señaléticos puedan ser reproducidos en el futuro, conservando la identidad de marca de los iTurs.

La fijación se la realizará con cemento de contacto sobre la superficie lisa.

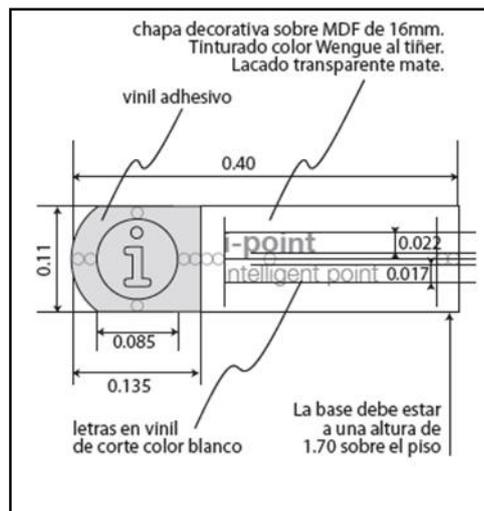
La tipografía a utilizarse es:

- ✓ Helvética Neue Bold para los textos en español.
- ✓ Helvética Neue Light para los textos en inglés.



Gráfico No. 39: Señalización Interior  
Fuente: MINTUR

Gráfico No. 40: Tipografía



Fuente: MINTUR

## 6.9. EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

**Cuadro No. 20:** Previsión de la Propuesta

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
¿Quién evaluará?	El investigador.
¿Por qué evaluar la propuesta?	Porque así se podrá determinar el éxito de la ejecución y beneficios.
¿Para qué evaluar?	Para comprobar que todo está encaminado de acuerdo a la propuesta y sus objetivos.
¿Qué evaluar?	Modelo Operativo establecido. (Administración de la propuesta)
¿Cuándo evaluar?	Durante el inicio y desarrollo de las actividades establecidas.
¿Cómo evaluar?	Encuestas.
¿Con qué evaluar?	Cuestionarios estructurados.

**Elaborado por:** TOAQUIZA, Rodolfo (2015)

## **Bibliografía**

- ✓ BOULLÓN, R. (2004), obtenido de:

[http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1199/sistema\\_turistico.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1199/sistema_turistico.html)

- ✓ DE ARRILLAGA, José Ignacio (1955), obtenido de:

<http://es.slideshare.net/fatimacordova/definiciones-de-turismo-diferentes-s-autores-diferente>

- ✓ Diccionario Aristos (1987), obtenido de:

<http://www.gestiopolis.com/canales/derrhh/articulos/30/grh.htm>

- ✓ Generalidades del Turismo, pág. 11, disponible en URL:

[http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo\\_aventura/GENERALIDADES%20DEL%20TURISMO.pdf](http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo_aventura/GENERALIDADES%20DEL%20TURISMO.pdf)

- ✓ GTCI (2012) obtenido de:

<http://gtci.com.br/congressos/congresso/2012/pdf/eixo3/Quadrini.pdf>

- ✓ HUMBERTO SERNA GÓMEZ (2006), obtenido de:

<http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>

- ✓ HUNZIKER, Walter y KRAPF, Kart(1942), obtenido de:

<http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>

f

- ✓ LENO CERRO, (1993), obtenido de:

<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/fjcv/Recurso%20Turistico.htm>

- ✓ LLEDO, Pablo 2011, obtenido de:

Módulo Gestión de RR.HH. 2012-2013, pág. 20

- ✓ LUNDBERG, Donald (1986), obtenido de:

[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/vazquez\\_d\\_ri/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/vazquez_d_ri/capitulo2.pdf)

- ✓ METODOLOGÍA PARA INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS 2004 – MINTUR (Pág. 2;4)

<https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

- ✓ MINCETUR, obtenido de:

[http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/Turismo/PIP/pdfs/CNA\\_conceptos\\_claves\\_aspectos\\_conceptuales.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/Turismo/PIP/pdfs/CNA_conceptos_claves_aspectos_conceptuales.pdf)

- ✓ MOLINA, 2013, obtenido de:

<http://www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-1ELTURISMO.pdf>

- ✓ MONSONIS, Solsona (1999), obtenido de:

<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/fjcv/Recurso%20Turistico.htm>

- ✓ ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE TURISMO SOCIAL, (2013),  
obtenido de:

<http://www.bits-int.org/es/index.php?menu=1&submenu=3>

- ✓ PLANDETUR 2020 – pág. 90, obtenido de:

<https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

- ✓ PEARCE (1991), obtenido de:

<http://www.antropologiasocial.org/contenidos/tutoriales/anttur/textos/ATexto3.htm>

- ✓ PICO, Augusto Aleán (2006) El concepto de desarrollo: una breve síntesis  
de su evolución

<http://www.econlink.com.ar/concepto-desarrollo>

- ✓ Portal de Turismo y Hotelería, obtenido de:

<http://www.poraqui.net/glosario/lista-terminos-por-letra/I>

- ✓ SANTANA, Agustín (1997); “Antropología y Turismo:¿Nuevas hordas,  
viejas culturas?”, Editorial Ariel, Barcelona Pág. 53 – 58

- ✓ TORREJÓN, Antonio (2004), Universidad Nacional de Patagonia,  
Argentina obtenido de:

<http://www.cienaniosdeturismo.gov.ar/pagina.asp?IdSeccion=19>

✓ VOGELER y HERNÁNDEZ, (2002), obtenido de:

<http://www.eumed.net/rev/turydes/10/ccr.htm>

## ANEXOS



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



### ENCUESTA

**Objetivo:** Recolectar información para realizar la investigación sobre los centros de información turística y su aporte al desarrollo turístico del Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.

**Indicaciones:** Marque con una X la respuesta que usted considere pertinente, la seriedad de la información que usted proporcione permitirá realizar un trabajo de excelente calidad.

1. ¿Considera usted que el Cantón Salcedo posee potencial turístico, hasta el punto de generar desarrollo económica gracias al turismo?

SI

NO

2. ¿Cree usted que en el Cantón Salcedo, se debería implementar centros de información turística que facilite esta actividad?

SI

NO

3. ¿Piensa usted que los centros de información turística contribuirían al desarrollo turístico del cantón?

SI

NO

4. ¿Considera usted que el Cantón Salcedo tiene los recursos necesarios para la implementación de centros de información turística?

SI

NO

5. En qué nivel, ¿Cree usted que el cantón cuenta con el apoyo de los sectores público y privado para desarrollar el turismo en el Cantón Salcedo?

ALTO

MEDIO

BAJO

6. ¿Cree usted que un centro de información turística, brindará mayor seguridad, confiabilidad y satisfacción al turista que visita el cantón?

SI

NO

7. En qué nivel, ¿Cree usted que la implementación de un centro de información turística influye para el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes?

ALTO

MEDIO

BAJO

8. ¿Piensa usted que el mejoramiento de la infraestructura turística ayude al desarrollo turístico del Cantón?

SI

NO

9. ¿Cree usted que el incremento de turistas aporte al desarrollo turístico y económico del cantón?

102

SI

NO

**10.** ¿Cree usted que el desarrollo turístico del cantón mejorará la calidad de vida de sus habitantes?

SI

NO

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**