



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

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

**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**MODALIDAD PRESENCIAL**

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

**TEMA:**

---

**“ANÁLISIS DEL FLUJO DE VISITANTES EN EL MIRADOR (LAGUNA DE  
YAMBO) Y SU REPERCUSIÓN EN LA GENERACIÓN DE PRODUCTOS  
TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA PANZALEO DEL CANTÓN SALCEDO,  
PROVINCIA DE COTOPAXI.”**

---

Alumno: Rubén Augusto Aguilar Mañay

Tutor: Ing. Mg. Marco Antonio Toledo Villacís

**Ambato-Ecuador**

**2015**

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

### **CERTIFICA:**

Yo, Marco Antonio Toledo Villacís C.I. 1803076833 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema:

*“Análisis del Flujo de Visitantes en el Mirador (Laguna de Yambo) y su Repercusión en la Generación de Productos Turísticos en la Parroquia Panzaleo del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.”*. Desarrollado por el Sr. Aguilar Mañay Rubén Augusto estudiante de Licenciatura en Turismo y Hotelería considero que dicho Informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo

---

**TUTOR**

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

## **AUTORÍA DE LA TESIS**

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

---

**AGUILAR MAÑAY RUBÉN AUGUSTO**

**C.I. 180460833-7**

**AUTOR**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: *“Análisis del Flujo de Visitantes en el Mirador (Laguna de Yambo) y su Repercusión en la Generación de Productos Turísticos en la Parroquia Panzaleo 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.

---

**AGUILAR MAÑAY RUBÉN AUGUSTO**

**C.I. 180460833-7**

**AUTOR**

**AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS  
HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN:**

La Comisión de estudio y calificación del Informe de Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema:

*“Análisis del Flujo de Visitantes en el Mirador (Laguna de Yambo) y su Repercusión en la Generación de Productos Turísticos en la Parroquia Panzaleo del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.”*. Presentado por el Sr. Aguilar Mañay Rubén Augusto, estudiante de la Carrera de Turismo y Hotelería una vez revisada y calificada la investigación, se APRUEBA en razón de que cumple con los principio básicos, técnicos y científicos de investigación reglamentarios.

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

**LA COMISIÓN**

.....

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

.....

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

.....

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de investigación se lo dedico al Ser Supremo que tuvo la gracia de permitirnos la existencia, a Él o ELLA porque es quien sabe guiarnos solamente hacia Su Voluntad, y es ella quien nos permite llegar hacia nuestra propia Leyenda Personal, es ella misma la que me ha guiado hasta donde hoy estoy y espero que me siga guiando y que me direcciona hacia mis sueños según el que camino que considere.

## **AGRADECIMIENTO**

Oh, María, sin pecado concebida, ruega por nosotros que a Ti recurrimos.

Amén.

Aquí les doy las gracias a todas esas personas que me han servido de inspiración para concluir cada esas las metas que cada quien se propone, es gracias a ellos que hoy podemos estar donde estamos, y nos impulsan a llegar donde queremos.

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN.....	ii
AUTORÍA DE LA TESIS.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iv
AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	xix
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
1.1.- Tema.....	1
1.2.- Planteamiento del Problema.....	1
1.2.1- Contextualización.....	1
1.2.2.- Análisis Crítico.....	5
1.2.3.- Prognosis.....	6



1.2.4.- Formulación del Problema.....	7
1.2.5.- Preguntas Directrices.....	7
1.2.6.- Delimitación del Objetivo de la Investigación.....	7
1.3.- Justificación.....	8
1.4.- Objetivos.....	9
1.4.1.- Objetivo General.....	9
1.4.2.- Objetivos Específicos.....	10
CAPÍTULO II.....	11
MARCO TEÓRICO.....	11
2.1.- Antecedentes Investigativos.....	11
2.2.- Fundamentación Filosófica.....	16
2.3.-Fundamentación Legal.....	16
2.4.- Categorías Fundamentales.....	18
2.4.1.- Superordinación Conceptual.....	18
2.4.2.- Subordinación Conceptual.....	19
2.4.1.- Fundamentación Teórica.....	20
2.4.1.1.- Fundamentación Teórica de la Variable Independiente.....	20
2.4.1.2.- Fundamentación Teórica de la Variable Dependiente.....	24
2.4.2.- Subordinación Conceptual (Variable Independiente).....	29
2.4.2.- Subordinación Conceptual (Variable Dependiente).....	30
2.5.- Hipótesis.....	32

2.6.- Señalamiento de Variables.....	32
CAPÍTULO III.....	33
MARCO METODOLÓGICO.....	33
3.1.- Enfoque de la Investigación.....	33
3.2.- Modalidad Básica de la Investigación.....	33
3.3.- Nivel o Tipo de Investigación.....	34
3.4.- Población y Muestra.....	34
3.4.1.- Población.....	34
3.4.2.- Muestra.....	35
3.5.- Operacionalización de las Variables.....	37
3.5.1.- Operacionalización de la Variable Independiente El Análisis Flujo Turístico.....	37
3.6.- Plan de Recolección de la Información.....	39
3.7.- Plan de Procesamiento de la Información.....	40
CAPÍTULO IV.....	41
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	41
4.1.- Análisis de los Resultados.....	41
4.2.- Interpretación de los Resultados.....	42
4.3.- Verificación de Hipótesis.....	63
4.3.1.- Planteamiento de la Hipótesis.....	63
4.3.2.- Selección del Nivel de Significados.....	63

4.3.3.- Descripción de la Población.....	64
4.3.4.- Especificación de lo Estadístico.....	65
4.3.5.- Especificación de las Regiones de Aceptación y Rechazo.....	65
4.3.6.- Recolección de Datos y Cálculo de los Estadísticos.....	67
4.3.7.- Cálculo del Chi Cuadrado.....	69
4.3.8.- Decisión.....	72
CAPÍTULO V.....	73
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	73
5.1.- Conclusiones.....	73
5.2.- Recomendaciones.....	74
CAPÍTULO VI.....	75
PROPUESTA.....	75
6.1 Datos Informativos.....	75
6.1.1 Título.....	75
6.1.2 Institución Ejecutora.....	75
6.1.3 Beneficiarios.....	75
6.1.4 Ubicación.....	76
6.1.5 Tiempo Estimado de la Ejecución.....	76
6.1.6 Equipo Técnico Responsable.....	77
6.1.7.- Costo.....	77
6.2.- Antecedentes de la Propuesta.....	77

6.3 Justificación.....	78
6.4.- Objetivos.....	79
6.4.1.-Objetivo General.....	79
6.4.2.- Objetivos Específicos: .....	79
6.5.- Análisis De Factibilidad.....	79
6.5.1.- Operativo.....	79
6.5.2.- Social.....	80
6.5.3.- Legal.....	80
6.5.4.- Económico Financiero.....	81
6.6.-Fundamentación.....	82
6.7. Modelo Operativo.....	83
6.8.- Administración de la Propuesta.....	85
6.8.1 Autor.....	85
6.8.2 Tutor.....	85
6.8.3 Usuarios.....	85
6.9. Plan de Monitoreo y Evaluación de la Propuesta.....	86
6.10.- Ejecución de la Propuesta.....	87
6.10.2.- Modelo de Gestión.....	94
6.10.2.1.- Cobertizos Área de Alimentos y Bebidas.....	95
6.10.3.- Uniformes.....	106
6.10.4.- Gestión del Mirador Laguna De Yambo.....	110

6.10.5.- Especificaciones Técnicas.....	110
6.10.5.1.- Especificaciones Técnicas (Planos).....	113
6.10.6.- Rubros.....	117
6.10.6.1.- Cubículos Alimentos Y Bebidas.....	117
6.10.6.2.- Tienda De Suvenires.....	118
6.10.6.3.- Baños Públicos.....	120
6.10.6.4.- Parqueadero.....	122
6.10.6.5.- Leyenda Informativa.....	123
6.10.6.6.- Basureros.....	124
6.10.6.7.- Visores.....	125
6.10.6.8.- Costo Total.....	126
Bibliografía.....	127
Anexos.....	131

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico #01: Árbol de Problemas.....	5
Gráfico #02: Categorías Fundamentales (Superordinación Conceptual).....	18
Grafico # 03: Categorías Fundamentales (Superordinación Conceptual).....	19
Grafico # 04: Categorías Fundamentales (Superordinación Conceptual).....	19
Grafico #05: Ciudades de donde proviene la gente.....	43
Grafico # 06: Hacia dónde se dirige, o cuál es su destino.....	46
Grafico # 07: Ciudades Cuánto tiempo se queda admirando el paisaje.....	48
Grafico # 08: Cuánto veces ha visitado Ud., ese lugar.....	50
Grafico #09: Piensa usted que es necesario, que en el lugar exista otros servicios.....	52
Grafico #10: Al retirarse del mirador adquiere alguno de los recuerdos o artesanías que se ofertan.....	54
Grafico #11: Los recuerdos o artesanías que se comercializan en el lugar le parecen.....	56
Grafico #12: La calidad de alimentos y bebidas que se ofrece en el lugar son....	58
Grafico #13: Qué servicio adicional piensa Ud., que le hace falta al lugar.....	60
Grafico #14: Qué expectativa le genero el conocer este lugar.....	62
Gráfico 15: Curva estadística de aceptación y rechazo.....	<b>66</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla: 01 Población.....	35
Tabla: 02 Muestra.....	36
Tabla # 03: Operacionalización de la Variable Independiente.....	37
Tabla # 04: Operacionalización de la Variable Dependiente.....	38
Tabla # 05: Plan de Recolección de la Información.....	39
Tabla# 06: Ciudades de donde proviene la gente.....	42
Tabla # 07: Ciudades a donde se dirige la gente.....	45
Tabla #:08 ciudades Cuánto tiempo se queda admirando el paisaje.....	47
Tabla # 09: Cuánto veces ha visitado Ud., ese lugar.....	49
Tabla #10: Piensa usted que es necesario, que en el lugar exista otros servicios..	51
Tabla #11: Al retirarse del mirador adquiere alguno de los recuerdos o artesanías que se ofertan.....	53
Tabla #12: Los recuerdos o artesanías que se comercializan en el lugar le parecen.....	55
Tabla #13: La calidad de alimentos y bebidas que se ofrece en el lugar son. ....	57
Tabla #14: Qué servicio adicional piensa Ud., que le hace falta al lugar.....	59
Tabla #15: Qué expectativa le genero el conocer este lugar.....	61
Tabla #16: Genero de la población. ....	64
Tabla #17: Grados de libertad.....	65
Tabla #18: Frecuencias Observadas.....	67
Tabla 191: Frecuencias esperadas.....	68

Tabla 20: Cálculo de Chi Cuadrado .....	69-70-71-72
Tabla # 21: Económico Financiero.....	82
Tabla # 22: Modelo operativo.....	83-84
Tabla # 23: Plan de Monitoreo y Evaluación.....	86
Tabla # 24: Rubros Cubículos Alimentos y Bebidas.....	117
Tabla # 25: Rubros Tienda de Suvenires.....	118-119
Tabla # 26: Rubros Baños Públicos.....	120-121
Tabla # 27: Rubros Parqueaderos.....	122
Tabla # 28: Rubros Leyenda Informativa.....	123
Tabla # 29: Rubros Basureros.....	124
Tabla # 30: Rubros Visores Largavistas.....	125
Tabla # 31: Costo Total Facilidades Turísticas.....	126



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

**Resumen ejecutivo**

**TEMA:** “Análisis del Flujo de Visitantes en el Mirador (Laguna de Yambo) y su Repercusión en la Generación de Productos Turísticos en la Parroquia Panzaleo del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.”

**AUTOR:** Aguilar Mañay Rubén Augusto

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

**Resumen:** El flujo de visitantes que se recibe en el Mirador de la Laguna de Yambo constituye una interrogante debido a la falta de información existente, la generación de productos turísticos acordes al sector es primordial ya que el atractivo genera expectativa al viajero y es ahí donde radica la importancia de ofrecer un producto aceptable al visitante y para esto se desarrolló este trabajo de investigación que busca establecer el perfil del visitante promedio y definir qué servicios se deben ofertar. Este trabajo de investigación incluye datos reales que expresan la situación actual del Mirador Laguna de Yambo y se desarrolló en un paradigma social ya que se busca establecer la expectativa del visitante con relación al atractivo, definir de qué ciudad es de donde más proceden los turistas, sus necesidades básicas, y secundarias que motivan la visita del sector, este trabajo radica su elaboración en un enfoque metodológico puesto que primero se busca establecer la situación actual del Mirador Laguna de Yambo, identificar los servicios que actualmente se ofertan, precisar la manera en cómo se prestan los mismos, además de; puntualizar y detallar los servicios adicionales que se podría instalar en el Mirador de la Laguna de Yambo en busca de mejorar la experiencia del visitante, en base a sus propias necesidades y recomendaciones.

Dentro de este proyecto además se encuentra además una propuesta de implementación de ciertas facilidades y dinamización de los servicios que ayudarían a fortalecer la recepción de visitantes y aumentar su gasto dentro de las instalaciones del Mirador Laguna de Yambo.

**Palabras claves:** Flujo Turístico, Visitante, Análisis, Perfil del Visitante, Expectativa, Producto Turístico.

## **INTRODUCCIÓN**

La generación de productos turísticos novedosos para los visitantes hoy en día es importante debido a la expectativa que genera determinado atractivo turístico, además de establecer un punto de preferencia del visitante que se debe tomar en cuenta antes de la creación de los mismos.

Para formular una solución a esta problemática se desarrolla la presente investigación, contenida en seis capítulos que se detallan a continuación:

**EL CAPÍTULO I.-** Se plantea el problema de la investigación, se justifica su importancia, se realiza su contextualización a nivel macro, meso y micro y se establecen los objetivos a alcanzar al concluir el estudio.

**EL CAPÍTULO II.-** Concerniente al Marco Teórico, se establecen antecedentes investigativos, se fundamenta de manera filosófica, legal y teórica, se implantan categorías fundamentales, además se plantea la hipótesis y se establecen las respectivas variables de investigación.

**EL CAPÍTULO III.-** Corresponde a la metodología, se analiza el enfoque, la modalidad básica y el tipo de investigación, se determina la población y se calcula la muestra de estudio. Se realiza la operacionalización de las variables y el plan de recolección y el de procesamiento de la información.

**CAPÍTULO IV.-** Presenta el análisis e interpretación de los resultados de las encuestas que se aplicada a la muestra de estudio, con lo que se verifica la

hipótesis planteada para posteriormente definir el nivel de significación y realizar el cálculo estadístico.

**EL CAPÍTULO V.-** Incluye las conclusiones y recomendaciones del presente proyecto.

**EL CAPÍTULO VI.-** Corresponde a la propuesta, se detallan los datos informativos, se justificación la propuesta, se plantean objetivos, se realiza un análisis de factibilidad, se fundamenta, se establece la metodología y se desarrolla la matriz de marco lógico, finalmente se elabora la propuesta.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1.- TEMA**

**“ANÁLISIS DEL FLUJO DE VISITANTES EN EL MIRADOR (LAGUNA DE YAMBO) Y SU REPERCUSIÓN EN LA GENERACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA PANZALEO DEL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”**

### **1.2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.2.1.- Contextualización**

El turismo es una actividad que se realiza a nivel mundial que se remonta hacia la existencia misma del ser humano, es así que se tiene antecedentes de movimientos de personas desde la época cavernaria; en ese entonces la gente que se veía en la necesidad de movilizarse de un sitio a otro lo hacía por diferente motivación a la de hoy en día, se movilizaban en busca de alimento, de mejor caza, pesca, etc. La O.M.T. manifiesta que: “alrededor de 1.1 billones de turistas viajaron fuera de su país de residencia durante el 2014” esto nos muestra que uno de cada siete ciudadanos a nivel mundial realiza algún tipo de actividad turística, se conoce que hoy en día las personas se movilizan por motivaciones de ocio, de esparcimiento, de relax, de aventura, de conocimiento gastronómico, de observación, de investigación, etc. motivos muy distintos a los que regían en tiempo pasados. Incluso si se cuenta con el factor dinero en cantidad suficiente se puede realizar nuevos tipos de turismo que sorprenden a la población con viajes al interior de la Tierra, al espacio, hacia otros planetas incluso, no cabe duda que el Turismo ha ido evolucionando conforme la especie humana lo ha hecho.

(OMT, 2014)

En Latinoamérica durante la época incaica y preincaica se tiene precedentes de movilización humana de grandes distancias por motivos de comunicación y traslado de información como lo hacían los “Chasquis” a través del camino “Qapac Ñan” que era el nombre que recibía el camino por el que la población de ese entonces recorría. Más tarde se conoce también que las movilizaciones humanas se debían a otros motivos entre ellos el comercio entre los dominios del imperio inca, la gente se desplazaba también de lugares en busca de protección y adoración a deidades, y también a lugares denominados “mágicos” o “milagrosos” en busca de alguna cura o sanación. Además el atractivo que genera esta Historia que encierra el “Qapac Ñan” de costumbres y tradiciones que aún se mantienen en la población reconocidos por UNESCO como se relata en el boletín de prensa emitido por el Ministerio de Turismo MINTUR publicado el día seis de agosto del año dos mil catorce: “Tras conocerse la declaratoria del Qapaq Ñan como Patrimonio de la Humanidad, los gobiernos de Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú, mostraron su satisfacción y orgullo al ser incluido en la lista de Patrimonios mundiales, considerada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Cultura (Unesco) como “el mayor honor para monumentos, edificios, sitios o elementos naturales de valor universal excepcional.”. Toda esta serie de peculiaridades hace que las comunidades por donde recorre este camino sea reconocida a nivel internacional y además genera durante ciertos periodos del año despuntes económicos que de ser aprovechados ayudarían a mejorar la economía de los sectores poseedores de estos atractivos, gracias a la globalización y al crecimiento demográfico se proyecta que a nivel mundial estas movilizaciones además de la otras opciones de entretenimiento dentro del turismo generan incrementos significativos cada año en cada región de los países de Latinoamérica.

(Ministerio de Turismo, 2014)

Durante la presidencia del Arq. Sixto Durán Ballén, un 29 de julio en el año de 1992 en la ciudad de San Francisco de Quito se emite: una “Solicitud de ejecución proyectos de estudio” que manifiesta lo siguiente; “...el Embajador de Paraguay, apoyado por las Representaciones de Bolivia y Ecuador, plantea la necesidad de que se efectúen los estudios y trabajos incluidos en el presupuesto de este año dentro del programa de apoyo a los países de menor desarrollo económico relativo para evitar que año a año se deba justificar ante el Comité el no aprovechamiento de los recursos y solicitar en plazo adicional para poner un marcha proyectos de interés prioritario de estos países.” (Buitrón, 1992)

Se puede decir que hacia el año de 1992 ya se plantea una idea de aprovechamiento turístico de determinado sector poseedor de algún atractivo de interés en beneficio de la localidad, más aun hacia la década de los 80 y 90 no habían controles de ingreso ni de salida de turistas no habían reglamentos ni lineamientos debido a diferentes factores, es así que gran parte de los atractivos del país han sido violentados, saqueados, deforestados, destruidos, exterminados. La creación y mejora de organismos reguladores de la actividad turística han contribuido a un mejor control de las actividades así como de su innovación y emprendimiento.

En la provincia de Cotopaxi existe una variedad de atractivos dignos de recibir la visita de turistas nacionales y extranjeros gracias a su vistosidad y su valor cultural, biótico y ancestral, uno de ellos es la laguna de yambo en donde se conoce que en el transcurso de la aparición del turismo como actividad económica la laguna era usada como vertedero de basura, lavaderos de ropa, legumbres, desolladeros de animales, etc. la reglamentación que fue impuesta en periodos siguientes sirvió para evitar la

feroz contaminación que se realizaba en la zona, pero no ha sido suficiente el trabajo porque aun el atractivo no es un modelo digno de desarrollo turístico para la población de la parroquia Panzaleo, el Ministerio de Turismo ha proyectado distintos planes de desarrollo turístico que ayudaran a mejorar el uso del atractivos en pro de la economía del sector. Es ahí donde se necesita información acerca del tipo y la cantidad de visitantes que acuden a la Laguna de Yambo para tener fundamentos para la iniciación de la actividad en la zona de manera coordinada y convertirla en un sitio de interés, y la implementación de estrategias propias que sirvan para aprovechar el atractivo.

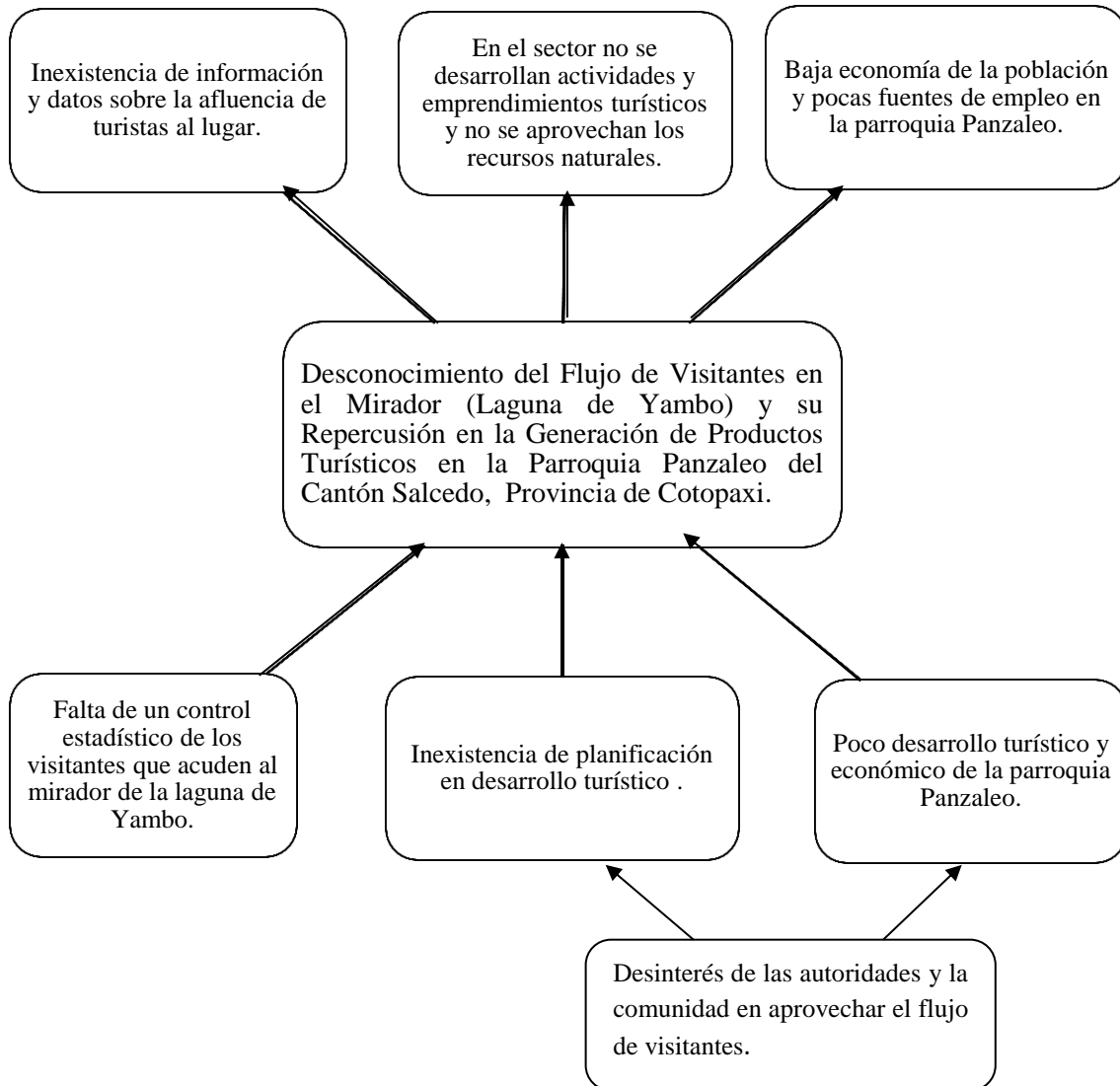
La Laguna de Yambo además ofrece una infinidad de historias desarrolladas a lo largo de los años, que expresan la cultura y creencias de la gente de la zona, asimismo se pone a consideración del lector información relevante de carácter geográfico, es así que en una de las publicaciones del desaparecido diario “El Hoy” se encuentra lo siguiente: “la laguna de Yambo debe su existencia a un cataclismo tectónico...como las lagunas formadas en los cráteres volcánicos, las balsas situadas en depresiones tectónicas y sin desagüe fluvial son consideradas, en el imaginario popular, “lagunas de la muerte”. Yambo es, por lo mismo, funesta, lúgubre y aterradora. Su paisaje agreste anuncia ruina y desolación. Cuenta la leyenda que un tren se precipitó en el abismo y que, a la medianoche, se escucha el pito de la locomotora, mientras las almas deambulan por los riscos” y una historia de vergüenza nacional que también tiene su versión cinematográfica: “...hace 20 años, en la madrugada del martes 12 de enero, cuatro policías arrojaron los cadáveres de dos jóvenes inocentes. Mudos testigos de esta perversa acción fueron un risco y un solitario pino. Corría una brisa fuerte, recuerda El testigo. Durante el retorno, cuando el sargento dijo “por fin se acabó esto”, el agente le preguntó: “Mi sargento, “¿y ahora qué dirán los Restrepo?”; le contestó este: “Qué van a decir si nadie va a saber de esto”.”

(Diario "El Hoy", 2008)



### 1.2.2.- Análisis Crítico

Gráfico #01: Árbol de Problemas



Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

En el mirador de la Laguna de Yambo existe un desconocimiento acerca del flujo de visitantes que pasan por la zona, el desinterés por parte de las autoridades, a más de la comunidad en aprovechar los recursos, que en consecuencia no se dedican esfuerzos

y he ahí donde se halla uno de los problemas de este trabajo de investigación que es la falta de un control que manifiesta la cantidad y el perfil de turista que en general visita el Mirador esto genera que no haya información para iniciar una propuesta de generación de productos turísticos. La inexistencia de planificación en desarrollo de ámbito turístico también ha ocasionado que en el sector no se desarrollen actividades relacionadas al tópico y no se aprovechen los recursos naturales que son visitados a diario. Debido al desinterés del gobierno parroquial en desarrollar la zona en aspectos de índole turística y económica en la zona ha generado que la población tenga un bajo ingreso económico de la agricultura y ganadería que son propias de la zona, y que la gente joven migre del sector debido a la falta de empleo en el sector.

### **1.2.3.- Prognosis**

Se conoce que son muchas las personas que detienen en sus vehículos a visitar y admirar la Laguna de Yambo, pero no se tiene el conocimiento de cuántas son, esto a simple vista tal vez no signifique tanto como para darle la atención adecuada, pero habría que tomar en cuenta si no se investiga el aspecto del número de visitantes no se puede evidenciar las oportunidades que se está perdiendo la población local al no saber cuánta gente se detiene a buscar algún tipo de producto o servicio, esto podría representar alguna alternativa de mejora a sus economías. Al ejecutarse este trabajo de investigación se tendría ya, referencias para iniciar cambios en el atractivo y así proponer estrategias que sirvan para captar un número más alto de turistas que el actual, incrementar además su gasto promedio, prolongar su estancia en el mirador incentivando la compra de artesanías de la zona, y si se diera el caso solicitar algún otro servicio relacionado con el ámbito del turismo como es guianza en trekking, caballos, etc. Todo esto se podría dar gracias a la vistosidad del atractivo que es reconocido de una u otra manera a nivel nacional.

#### **1.2.4.- Formulación del Problema**

¿De qué manera el análisis del flujo de visitantes que se tiene en el mirador de la laguna de Yambo repercute en la generación de productos turísticos en la parroquia Panzaleo cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi?

#### **1.2.5.- Preguntas directrices**

- ¿Qué es un análisis de flujo turístico?
- ¿Qué métodos se aplican para la generación de productos turísticos?
- ¿Qué productos turísticos complementarios se podrían ofrecer y comercializar a los visitantes que paran en el mirador de la laguna de Yambo?

#### **1.2.6.- Delimitación del Objetivo de la Investigación**

##### **Delimitación del Contenido:**

- Campo: Turismo
- Área: Estadística del Turismo
- Aspecto: Aporte al desarrollo de la economía local

**Delimitación Espacial:**

El presente documento de investigación se desarrollará en la parroquia Panzaleo, cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

- Latitud:  
-1.1
- Longitud:  
  
-78.5833

(Google Earth, 2015)

**Delimitación Temporal:**

El presente documento de investigación se realizará durante el período comprendido entre los meses abril y octubre del año 2015.

**1.3.- JUSTIFICACIÓN**

La utilidad de este proyecto radica en el uso productivo que bien se podría hacer de la información que se obtiene al momento de planificar y gestionar el uso de la Laguna de Yambo y demás recursos como componentes turísticos del sector. La novedad de este proyecto se encuentra también en la información que se obtendría y en los posibles usos para la generación de alternativas de acción ante la caprichosa fluctuación de la demanda. Es importante el desarrollo de este proyecto debido a que si se quiere conservar el atractivo y se habla de sostenibilidad se debe realizar una planificación acertada con el conocimiento de cuántas personas pasan por el lugar y

son usuarios de la infraestructura. Este proyecto tendrá un impacto positivo ya que en futuros procesos de planificación se tomarán en cuenta la cantidad de visitantes que son en realidad clientes en potencia. Los beneficiarios directos de la realización de este proyecto son los habitantes de la parroquia Panzaleo ya que dicha información ayudará a la planificación y a generar ideas para proponer nuevos mejores y novedosos productos y servicios turísticos. Se busca además con la realización de este trabajo de investigación la generación de productos turísticos que incluyan puestos de trabajo para los locales en una amplia gama de disciplinas como: la producción y distribución de alimentos y bebidas, manufacturación y venta de artesanías, trabajo para los trabajadores del transporte local y la opción de implementar recorridos turísticos, guías que puedan ofrecer información acerca de las historias leyendas costumbres y tradiciones de la población Panzaleo que antes habitaba en sus alrededores. Se espera que el Gobierno Parroquial muestre el interés necesario para promover el aprovechamiento del sector y el atractivo turístico.

## **1.4.- OBJETIVOS**

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

- Investigar cuál es la repercusión del análisis del flujo de visitantes en el mirador de la laguna de Yambo en el desarrollo de productos turísticos en la parroquia Panzaleo del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

#### **1.4.2- Objetivos Específicos**

- Definir el número de visitantes que se tiene en el mirador de la laguna de Yambo.
- Establecer las características, necesidades y expectativas del visitante con relación al Mirador de la Laguna de Yambo y poder establecer productos.
- Identificar el tipo de turista promedio y la regularidad con la que visita el Mirador de Laguna de Yambo.
- Desarrollar una propuesta que aporte en la generación de productos turísticos en la parroquia Panzaleo del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1.- ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Dentro de la biblioteca de la Universidad Técnica de Ambato Facultad Ciencias Humanas y de la Educación Carrera de Turismo y Hotelería reposa la tesis de la Srta. PAREDES SALGUERO, Sandra Maricela “EL INCREMENTO DE PAQUETES TURÍSTICOS EN LA AGENCIA DE VIAJES PARAÍSO TRAVEL DE LA CIUDAD DE AMBATO, INCIDE EN LA AFLUENCIA TURÍSTICA HACIA LAS PRINCIPALES ZONAS DE TURISMO DE LA AMAZONIA (ÁREA PROTEGIDA CUYABENO, MORONA SANTIAGO, ZAMORA” (2009), llega a las siguientes conclusiones:

- A nuestra amazonia deberíamos verla más a fondo desde el punto de vista turístico, y no solo como una región que nos brinda recursos naturales como el petróleo, la madera y la minería, ya que esto es lo que está deteriorando nuestra amazonia y por lo mismo si queremos conservarla deberíamos ayudar a difundirla turísticamente para generar recursos económicos sin tener que sobreexplotarla.
- Falta apoyo e interés por parte del gobierno y de los respectivos gobiernos de cada provincia que conforman la región amazónica, para promocionar y poder vender sus productos turísticos tanto a turistas nacionales como internacionales, sin embargo es sorprendente la afluencia de turistas internacionales hacia la amazonia.
- Pese a que en los últimos años algunos gobiernos le han dado un poco de importancia y atención al turismo en nuestro país, no ha

sido suficiente y aun así es increíble cómo sin contar con el apoyo necesario está progresando notablemente en este ámbito, todo gracias al gran empeño y esfuerzo que ha mostrado la inversión privada la cual debería contar con todo el apoyo gubernamental.

(PAREDES, 2009)

En el mirador de la Laguna de Yambo se puede notar claramente que la población local no ve al Turismo como una alternativa de mejora a su economía, o al menos es el gobierno parroquial quien no ha mostrado el interés necesario como para transformar el atractivo; de una fuente de explotación simple en un destino turístico de donde se puede dar a conocer la cultura de los Panzaleos y generar sustento para la parroquia, se puede percibir además que no existe un reglamento que regule, controle y evalúa como se está utilizando el atractivo y si es en beneficio de la localidad.

Dentro de la biblioteca de la Universidad Técnica de Ambato Facultad Ciencias Humanas y de la Educación Carrera de Turismo y Hotelería reposa la tesis del Sr. HUASCO VILLALVA, Diego Edmundo TÉCNICAS DE DIFUSIÓN Y SU APORTE EN LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS GASTRONÓMICOS PARA EL RESTAURANTE PARADISE EN LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA (2013) en la cual llega a las siguientes conclusiones:

- Se puede concluir que la mayoría de los clientes manifiesta haber conocido al restaurante Paradise por medio de otras personas. Por lo cual, se ha podido identificar que existe un alto nivel de desactualización de los diferentes medios de difusión, y es necesario tomar cartas en el asunto, de lo contrario seguirá con la problemática.
- Para que el restaurante Paradise pueda llegar al éxito como una empresa sólida en el campo gastronómico, se debe tomar en cuenta



las formas correctas de promocionar un producto y servicio, para lo cual es importante que el restaurante se interese profundamente en el manejo adecuado al momento de promocionar los productos y servicios que brinda.

- De acuerdo con el análisis e interpretación, se observó que existe un alto índice estadístico en la cual indica que la mayor parte de clientes afirman conocer en parte todos los productos y servicios, de tal razón es primordial mejorar los actuales medios de difusión dentro del establecimiento.

(HUASCO, 2013)

La Laguna de Yambo es conocida a nivel nacional por muchos ecuatorianos, y no solamente por ellos, sino que también es conocida fuera del país debido a factores que nada tienen que ver con el desarrollo de las actividades turísticas, es así que, gran cantidad de personas se visitan el mirador en busca de recreación, información, historias, leyendas, alimentación, un momento de descanso, etc., de una u otra manera el atractivo se ha posesionado dentro de los planes de muchos turistas, así sea solo por excursionismo, de ahí parte la importancia de realizar un análisis a cerca del perfil del turista que visita el atractivo así como de la frecuencia, para ofrecer una propuesta que sirva de ayuda a la población de la parroquia Panzaleo para aprovechar estos recursos y desarrollar el turismo.

Dentro de la biblioteca de la Universidad Técnica de Ambato Facultad de Ciencias Administrativas Carrera de Marketing y Negocios reposa la tesis de la Srta. ECHEVERRÍA ROSALES, Alicia Gabriela "EL PRODUCTO TURÍSTICO Y SU INFLUENCIA EN EL VOLUMEN DE VENTAS DEL GRUPO TURÍSTICO "MONTE SELVA" DE LA CIUDAD DE BAÑOS DE AGUA SANTA" (2014) en la cual llega a las siguientes conclusiones:

- A los turistas del Grupo Turístico Monte Selva en su gran mayoría les interesa disfrutar del clima, paisaje y de la montaña por lo cual

se concluye que sus estrategias deben ir encaminadas a mejorar las ofertas en cuanto al conocimiento que deben tener los turistas del mismo.

- Podemos deducir que el Grupo Turístico Monte Selva considera importante varios aspectos entre ellos el turismo de salud el cual está enfocado a un grupo que se desplaza interesado en disfrutar de lugares donde encuentren diversiones sanas, educativas y recreativas y a la vez de incentivar el turismo regional a través de la promoción de los recursos naturales a su disposición, también genera turismo de reuniones y conferencias ya que complementa el turismo de ocio ya que comparten la misma infraestructura, proporcionando beneficios adicionales a los participantes y la comunidad local.
- Aunque se puede considerar que el proceso de ventas y el servicio de la empresa son satisfactorios, existen opiniones de turistas en las cuales podemos conocer que deben ser mejoradas. Por lo cual se debe incluir estrategia en cuanto a este aspecto.

(ECHEVERRÍA, 2014)

En el Ecuador el turismo naturalista sobresale y se convierte en punto de referencia y preferencia para los turistas nacionales y extranjeros gracias a la biodiversidad única e irreplicable que el país posee, la Laguna de Yambo ofrece un paisaje espectacular al que todos tienen acceso, de ahí se puede partir para el diseño de una propuesta que ayude en la generación de productos y servicios turísticos que aprovechen de manera consciente el atractivo y que sirva también de sustento para la localidad, previo un análisis de preferencias y expectativas del turista que comúnmente visita el mirador.

Dentro de la biblioteca de la Universidad Técnica de Ambato Facultad de Ciencias Administrativas Carrera de Marketing y Negocios reposa la tesis del Sr. **Acuña Chico**, Jorge Paúl "Marketing Turístico para la captación de Nuevos Clientes en el Parque Nacional Llanganates ubicado en las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Pastaza y Napo". (2014) en la cual llega a las siguientes conclusiones:

- Después de realizar los debidos análisis se concluye que uno de los principales motivos por el que visitan el Parque Nacional Llanganates es por realizar turismo de aventura y ecoturismo, ya que el parque posee una gran biodiversidad de flora y fauna y un territorio adecuado para la práctica de deportes extremos.
- También se concluyó que las personas que brindan los servicios de guías son nativos de las zonas, que actualmente no se encuentran del todo capacitados para la orientación hacia el turista.
- Se concluye que la infraestructura que brinda el Parque Nacional Llanganates debería ser concorde con el medio ambiente de la zona, sin alterarlo, buscando que el turista se sienta cómodo y relajado. (ACUÑA, 2014)

Los servicios y productos turísticos que se ofertan deben ser totalmente acordes al atractivo, es decir; las leyendas, recuerdos, alimentos, etc. Deben estar relacionados con la Laguna de Yambo, también se deben acoplar a las características del turista promedio y desde ahí se debe partir. Además, se deben tomar en cuenta aspectos básicos de infraestructura que permitan transformar al simple recurso en un complejo o atractivo turístico que complete la experiencia deseada del turista.

## **2.2.- FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

La presente investigación está enmarcada en un paradigma de carácter crítico propositivo ya que es posible que el análisis del flujo de visitantes repercuta de manera significativa en la generación de productos turísticos en la parroquia Panzaleo, además de la revalorización que se propone del atractivo, también se busca mejorar la economía de la población a través de una propuesta que solventará las principales problemáticas detectadas en la investigación.

## **2.3.- FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

### **Constitución Política del Ecuador**

#### **Título I**

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

3. Defender el patrimonio natural y cultural del país y proteger el medio ambiente.
4. Preservar el crecimiento sustentable de la economía, y el desarrollo equilibrado y equitativo en beneficio colectivo.
5. Erradicar la pobreza y promover el progreso económico, social y cultural de sus habitantes.

(Asamblea Constituyente, 2008)

## **Ley de Turismo del Ecuador**

### **Capítulo I**

#### **Generalidades**

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. (Asamblea Constituyente, 2008)

## **Reglamento General de Actividades Turísticas**

### **Título V**

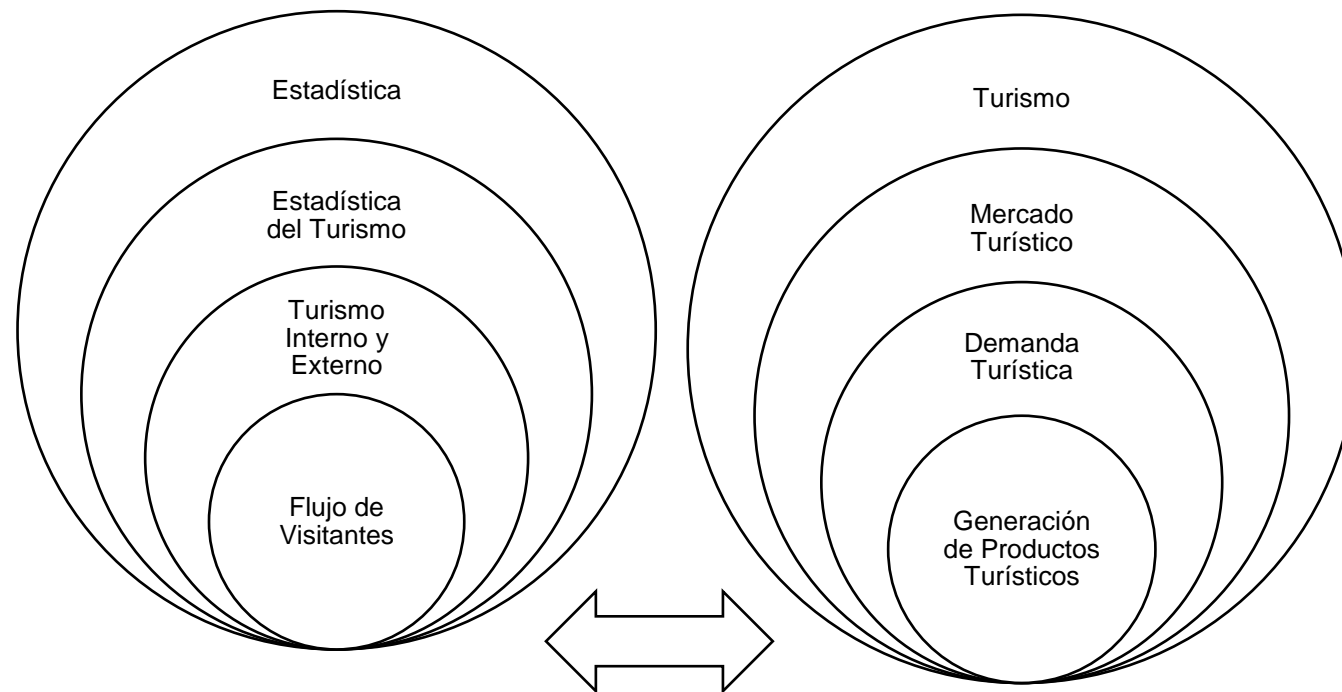
#### **Del Ecoturismo y la Sostenibilidad**

Art. 161.- Planificación pública.- El Ministerio de Turismo, dentro de su planificación de corto, mediano y largo plazo, incluirá los objetivos y los criterios generales para las actividades de ecoturismo en el Ecuador, con enfoque competitivo. (Asamblea Constituyente, 2008)

## 2.4.- CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

### 2.4.1.- Superordinación Conceptual

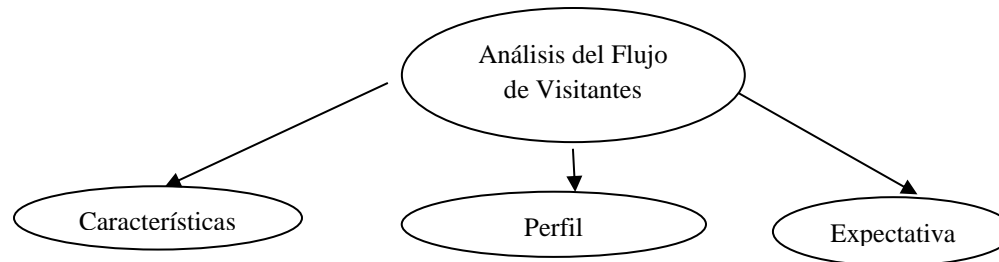
Gráfico #02: Categorías Fundamentales (Superordinación Conceptual)



Elaborado por: Aguilar Rubén (2015)

### 2.4.2.- Subordinación Conceptual (Variable Independiente)

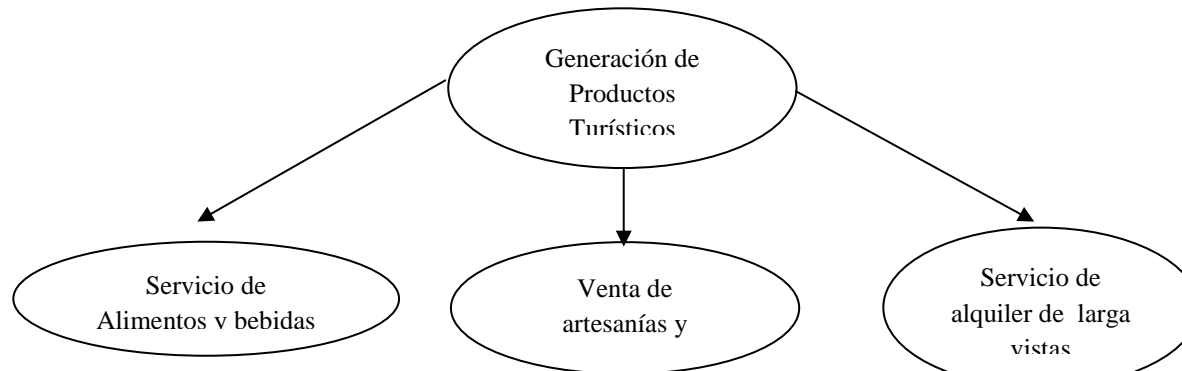
Grafico # 03: Categorías Fundamentales (Superordinación Conceptual)



Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

### Subordinación Conceptual (Variable Independiente)

Grafico # 04: Categorías Fundamentales (Superordinación Conceptual)



Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

## **2.4.1.- Fundamentación Teórica**

### **2.4.1.1.- Fundamentación Teórica de la Variable Independiente**

- **Estadística:**

La estadística es la parte de las matemáticas que se ocupa de los métodos para recoger, organizar, resumir y analizar datos, así como para sacar conclusiones válidas y tomar decisiones razonables basadas en tal análisis. (CEIBAL, 2015)

La Estadística es una ciencia que proporciona un conjunto de métodos que se utilizan para recolectar, resumir, clasificar, analizar e interpretar el comportamiento de los datos con respecto a una característica materia de estudio o investigación. (Departamento de Matemática Universidad de Atacama, 2015)

Estadística: Es un conjunto de técnicas de recolección almacenamiento tabulación y probabilidad de hechos o sucesos que se puedan predecir además de ofrecer una fuente de información de manera efectiva, veraz y confiable de resultados.

- **Estadística del Turismo:**

Las técnicas estadísticas se aplican de manera amplia en mercadotecnia, contabilidad, control de calidad y en otras actividades; estudios de consumidores; análisis de resultados en deportes; administradores de instituciones; en la educación; organismos políticos; médicos; y por otras personas que intervienen en la toma de decisiones. (Monografias.com, 2015)



En marzo de 1993 la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas adoptó una serie de recomendaciones sobre Estadísticas del Turismo preparadas por la Organización Mundial del Turismo. Las definiciones y clasificaciones recomendadas se basan en los criterios de:

- Las definiciones y clasificaciones deben ser de aplicación práctica a nivel mundial, tanto en los países desarrollados como en desarrollo;
- Deben caracterizarse por su sencillez y claridad;
- Deben limitarse a fines estrictamente estadísticos;
- Deben ser compatibles, en todo lo posible, con las clasificaciones y normas internacionales recomendadas en áreas afines tales como las estadísticas sociales y demográficas, las estadísticas de transporte, empresa, migraciones internacionales, la balanza de pagos, el sistema de contabilidad nacional, etc.;
- Deben expresarse en términos sencillos que puedan medirse, habida cuenta de las dificultades prácticas inherentes a las encuestas a los visitantes. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Perú, 2015)

Estadística de Turismo: Es el uso de la estadística como herramienta de planificación, manejo, control y la exposición de resultados para la efectiva toma de decisiones a partir de resultados arrojados con relación al ámbito netamente turístico.

- **Turismo Interno y Externo:**

La información estadística sobre las múltiples facetas del turismo es esencial para avanzar en el conocimiento del sector, seguir de cerca sus

progresos, promover una gestión enfocada a unos resultados y poner de relieve cuestiones de importancia estratégica para las decisiones políticas. El Compendio ofrece datos estadísticos e indicadores sobre turismo receptor, emisor e interno, sobre el número y los tipos de industrias turísticas y sobre el número de asalariados por industria turística, así como indicadores macroeconómicos relacionados con el turismo internacional. (Statistics and Tourism Satellite Account World Tourism Organization Network, 2015)

- Turismo interno: El de los residentes del país dado que viajan únicamente dentro de este mismo país;
- Turismo receptor: El que realizan los no residentes que viajan dentro del país dado;
- Turismo emisor: El de los residentes del país dado que viajan a otro país.

Estas 3 formas básicas de turismo pueden combinarse de diversas maneras produciendo entonces las siguientes categorías de turismo:

- Turismo interior: Incluye el turismo interno y el turismo receptor.
- Turismo nacional: Incluye el turismo interno y el turismo emisor;
- Turismo Internacional: Se compone del turismo receptor y turismo emisor. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Perú, 2015)

Turismo Interno: es toda actividad turística desarrollada dentro del país sea con turistas nacionales o extranjeros.

Turismo Externo: es también conocido como turismo emisor, son todos los turistas que salen de nuestro país a ejercer el disfrute de las actividades turísticas en otro país distinto al propio de residencia.

- **Flujo de Visitantes:**

Visitante: es visitante toda persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, ya sea dentro o fuera de su país de residencia, por una duración menor de doce meses y cuya finalidad primordial no es la de ejercer actividad remunerada en el lugar visitado. (Instituto Nacional Estadísticas y Censos Argentina, 2015)

**Visitantes internos:** A efectos estadísticos, la expresión "visitante interno" designa a "toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado". Los visitantes internos incluyen:

- Turistas (visitantes que pernoctan una noche por lo menos)
- Visitantes del día o excursionistas (visitantes que no pernoctan en el lugar visitado). (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Perú, 2015)

Flujo de visitantes: Es la cantidad de personas que visitan un sector es to es decir que permanecen en el sector menos de 24 horas y en ese tiempo hacen uso de cualquier servicio turístico a excepción de hospedaje, por obvias razones.

#### **2.4.1.2.- Fundamentación Teórica de la Variable Dependiente**

- Turismo:

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

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2015)

Se conoce con el término de turismo a todas aquellas actividades que los seres humanos realizan cuando viajan y permanecen de corrido por el término de menos de un año fuera de su entorno habitual con un fin preeminentemente vacacional y de ocio. Prácticamente, desde que el hombre comenzó a experimentar necesidad de esparcimiento, para salir de la rutina y la cotidianidad que las tareas y trabajos suponen e imponen, existe el turismo, por supuesto, que con los años y las innovaciones tecnológicas que culminaron en una sofisticación de los medios de transporte que permiten el traslado aunque se trate de distancias considerables en un tiempo cortísimo, el turismo se incrementó, constituyéndose en uno de los principales ingresos económicos de la mayoría de los

países del mundo, sin embargo, ya desde tiempos muy remotos podemos encontrar antecedentes del turismo. (DefiniciónABC, 2015)

Turismo es un fenómeno que suscita nivel mundial y que genera una alternativa de vida para muchos sectores de la sociedad y el mundo, existen varios tipos de turismo; como el de aventura cultural de salud, gastronómico, etc.

- **Mercado Turístico:**

El Mercado Turístico es donde confluyen la oferta de productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en consumir esos productos y servicios turísticos. Desarrollo:

La Oferta Turística se basa en unos recursos (potenciales que posee un núcleo turístico para atraer y motivar a los turistas) e infraestructuras (elementos fijos que componen el mercado para atender las necesidades de los turistas) para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas.

Estos productos y servicios turísticos deben competir en el mercado frente a otros para conseguir una sólida demanda.

La Demanda Turística es el conjunto de turistas que están motivados por una serie de productos y servicios turísticos para cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento, negocios. (BuenasTareas, 2015)

El turismo no es un producto que se consume de una vez. Por el contrario, está formado por un amplio conjunto de bienes y servicios ofrecidos por diferentes empresas que se combinan, a su vez, con los recursos turísticos del destino. Por ello se habla del carácter mixto del producto turístico, puesto que está formado por un conjunto heterogéneo de bienes y servicios. Los turistas no consumen solamente productos característicos del turismo, sino que su gasto puede abarcar prácticamente a la totalidad de las actividades económicas que venden bienes y servicios a los consumidores.

Este carácter multiproducto incorpora complejidad en el análisis del sector, puesto que existen interdependencias entre los oferentes.

Así, la regularidad o puntualidad del transporte aéreo afecta positivamente a las empresas de alojamiento; la calidad de la oferta de ocio tiene efectos sobre las empresas de restauración, etc. Es decir, en el sector turístico opera un conjunto amplio de empresas formalmente independientes pero que dependen de forma crucial entre sí, con fuertes relaciones de complementariedad. El consumidor trata de obtener la máxima satisfacción global en su consumo, mientras que cada empresa tiene intereses relativamente particulares en relación al turista, aunque en realidad la satisfacción de su cliente depende del comportamiento de otras empresas. (McGraw-Hill Interamericana de España, SL, 2015)

Mercado Turístico es el lugar en donde interactúan la oferta y la demanda y efectúan el intercambio de productos y servicios a cambio de dinero.

- **Demanda Turística:**

La demanda: formada por el conjunto de consumidores o potenciales consumidores- de bienes y servicios turísticos. (Instituto Nacional Estadísticas y Censos Argentina, 2015)

La demanda turística es la cantidad de bienes y servicios que están disponibles para los turistas o el número de turistas que están consumiendo estos bienes. (Bligoo Destinos y Productos Turísticos, 2015)

Demanda turística es la cantidad total de consumidores que solicitan algún tipo de servicio o producto relacionado al turismo hacia el sector ofertante.

- **Generación de Productos Turísticos:**

Concepción de nuevas ideas y su elección. Supone una búsqueda sistemática de nuevas ideas para generar productos turísticos. Las ideas deben estar estructuradas de manera que incluyan las preferencias, gustos y tendencias del mercado, además de la infraestructura existente. Para generar ideas pueden utilizarse como fuentes:

- **Clientes Actuales:** Los propios clientes de la empresa, que conocen y utilizan sus productos, pueden proporcionar sugerencias sobre nuevos productos o mejoras en los actuales.
- **Empleados:** También los empleados de la empresa, y en especial los vendedores, que tienen un contacto directo con el mercado, pueden aportar ideas para desarrollar nuevos productos.
- **Distribuidores y Proveedores:** Los distribuidores están más próximos al mercado y tienen un mejor conocimiento de las

necesidades y problemas de los consumidores, por lo que pueden proporcionar sugerencia para nuevos productos.

- Científicos e Inventores: La empresa puede disponer de un equipo investigador propio o establecer convenios con la universidad u otros centros de investigación, para desarrollar nuevos materiales, fórmulas o aplicaciones.
- Competidores: Los productos lanzados por los competidores pueden estimular el desarrollo de otros similares o mejores. (Dialnet, 2015)

En los últimos años se observa un cambio en los gustos de los viajeros hacia nuevas tipologías de turismo consistente en conocer nuevos destinos, realizar diferentes actividades y buscar propuestas relacionadas, en ciertos casos, con las costumbres locales, con lo étnico y con los orígenes de determinadas culturas. En este sentido, se busca experimental con la diversidad cultural como forma de enriquecer a los propios turistas. Todo ello ha permitido que determinados lugares, hasta entonces fuera de los tradicionales circuitos turísticos, puedan posibilitar la creación de productos turísticos basados en dar respuesta a estas inquietudes y ello ha arbitrado nuevas oportunidades de generación de riqueza en determinadas áreas a través de estrategias de participación de la mayoría de la población local con base, fundamentalmente, en cooperativas y otras formas de asociacionismo. Sin lugar a dudas, ello también es uno de los elementos más recurrentes para potencializar el desarrollo de los recursos naturales y culturales de la propia comunidad partiendo siempre de una premisa básica: la iniciativa de la utilización de los elementos naturales y culturales como recursos turísticos debe provenir de la propia comunidad. Así, la articulación de un tejido social y productivo en los Países en Vías de Desarrollo posibilita la organización empresarial a través de cooperativas y otras formas de asociacionismo que permiten



desarrollar actividades que son intensivas en fuerza de trabajo, como sería el caso del turismo. Y, a través de esta vía, el turismo puede ser considerado como un instrumento (y muy importante) de lucha contra la pobreza, con iniciativas tales como el Programa de la Organización Mundial del Turismo denominado ST-EP (Sustainable Tourism-Eliminating Poverty) (OMT, 2002). (Universidad Complutense de Madrid, 2015)

La generación de productos turísticos: Consiste en inventar, crear, desarrollar, implementar u organizar un paquete de viaje que incluya todas las facilidades posibles; de accesibilidad, comunicación, servicios básicos traslado de personas, alimentación, etc.

#### **2.4.2.- Subordinación Conceptual (Variable Independiente)**

Característica: adj. [Cualidad] que determina los rasgos de una persona o cosa y la distingue claramente de las demás:

f. Cualidad peculiar de algo:

(Wordreference, 2015)

Una característica es aquella cualidad que determina los rasgos de una persona o cosa y que muy claramente la distingue del resto, es decir, las características que presentan un objeto, un animal o un individuo resultan ser sus notas particulares que los distinguen y que de alguna manera los hacen ser quienes son y no otros.

(DefiniciónABC, 2015)

Perfil: Conjunto de rasgos peculiares que caracterizan a una persona o cosa: perfil de un consumidor.

(Wordreference, 2015)

El término perfil generalmente se utiliza y aplica a dos situaciones bien concretas y diferentes. Por un lado para referirse a la postura que solo permite ver alguna de las dos mitades laterales del cuerpo de una persona.

(DefiniciónABC, 2015)

Expectativa: f. Esperanza o posibilidad de conseguir una cosa: mantiene sus expectativas sobre el puesto.

(Wordreference, 2015)

Se conoce como expectativa (palabra derivada del latín *expectātum*, que se traduce como “mirado” o “visto”) a la esperanza, sueño o ilusión de realizar o cumplir un determinado propósito.

(DefiniciónABC, 2015)

#### **2.4.2.- Subordinación Conceptual (Variable Independiente)**

##### **Servicio de alimentos y bebidas:**

Proveer alimentos y bebidas es uno de los servicios más antiguos asociados a los establecimientos de hospedaje. En la división de alimentos y bebidas del hotel moderno de

servicio completo, se realiza una operación compleja que implica un gran número de funciones altamente especializadas.

(Monografías.com, 2015)

**Alimentos Y Bebidas:** Un establecimiento de alimentos y bebidas es aquel establecimiento o empresa donde se preparan y sirven alimentos a personas que lo solicitan, siempre y cuando sus ingresos y número de comensales sean superiores en alimentos y no en bebidas. Entre los servicios de alimentación están: restaurante, cafetería, bar, cantina, fonda, servicio institucional, expendios y afines de alimentos servidos en el local. Dentro de esta clasificación no se incluyen los almacenes, depósitos y otros locales como pulperías, supermercados o abastecedores.

El objetivo de un servicio de alimentación es brindar al cliente alimentos bien preparados, de la mejor calidad, a un precio justo, bajo estándares de sanidad y buen servicio. De qué manera se puede lograr esto, de manera general: Un establecimiento de alimentos es todo lugar permanente o de temporada destinado a la elaboración, manipulación, suministro y comercio de alimentos. Estos establecimientos existen desde que el hombre está sobre la tierra, empezando por los hogares de todas las personas donde hay servicios de alimentos, en los antiguos hostales y posadas donde se ofrecía comida a los viajeros, las amas de casa que preparaban galletas, pasteles y panques para vender entre sus vecinos y amigos. En la actualidad, contamos con una gran variedad de establecimientos que ofrecen alimentos preparados. Para que estos servicios de alimentos sean lugares que cumplan con el objetivo de un servicio de alimentación, es decir, que satisfaga las necesidades del cliente se deben manejar en forma profesional.

Cuando los servicios de alimentación se manejan en forma empírica se incrementan los costos, producen trastornos alimentarios ya sea a través de enfermedades, deficiencias o excesos, se cae en repeticiones del menú y el comensal se...

(BuenasTareas, 2015)

Venta de artesanías y postales:

Los procesos de producción en las ramas de artesanías y joyas difieren en el segmento del diseño, según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Así, mientras en la rama de artesanías se requiere de insumos, transformación, comercialización y venta final (gráfico 5); en las joyas se requiere, luego de los insumos, el diseño para luego de esto dar paso a la transformación, comercialización y venta (gráfico 6). Esta diferencia en el diseño, no se basa fundamentalmente en innovación o diseños nuevos, sino en copias conocidas o en estandarización de los mismos.

(Ministerio de Industrias, 2015)

Las artesanías ecuatorianas son muy apetecidas por los turistas extranjeros. Llamam la atención por sus colores, formas y materias primas, los símbolos que representan; podría decirse que al regresar a sus países, las maletas van llenas de billeteras de cuero, alfombras, joyas, objetos de madera, chocolates de sabores exóticos.

(Ministerio de Industrias, 2015)

## **2.5.- HIPÓTESIS**

El análisis del flujo de turistas repercute en la generación de productos turísticos en la parroquia Panzaleo del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

## **2.6.- SEÑALAMIENTO DE VARIABLES**

- Variable Independiente: El Análisis de Flujo de Visitantes.
- Variable Dependiente: La Generación de Productos Turísticos.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1.- ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente proyecto de investigación tiene un enfoque cuantitativo ya que se utilizaron aspectos de la investigación como recolección de información a base de muestras de población, datos numéricos, análisis estadísticos y verificación de la hipótesis.

También se encuentra en un enfoque cualitativo porque permite hacer uso de la observación y la encuesta como técnicas de recolección de la información para obtener un criterio respecto a las expectativas del flujo de turistas en el mirador de la Laguna de Yambo.

#### **3.2.- MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN**

- **De Campo:**

El presente proyecto se realizará en la parroquia Panzaleo, lugar en donde se origina el problema de investigación.

- **Bibliográfica:**

Constituye la búsqueda, recolección, organización y procesamiento de la información por medio de libros para llevar a cabo la investigación.

- **Bibliográfica Documental:**

Constituye la búsqueda de información por medio de páginas de internet.

### **3.3.- NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN**

- **Tipo Exploratorio:**

Considerado como el primer acercamiento científico a un problema, se utiliza cuando no existen antecedentes investigativos previos sobre el objeto de estudio cuando aún no ha sido suficientemente estudiado o las condiciones existentes aun no son determinantes.

- **Tipo Descriptivo:**

El nivel descriptivo porque esté permitió identificar el objeto de estudio en sí, así como las características, propiedades y más elementos involucrados en el tema de indagación; especificar el lugar de los hechos en función de la estructura organizacional y elementos del entorno que influyeron en el comportamiento del objeto de estudio.

- **Tipo Asociación de Variables:**

La asociación de variables puesto que conllevo a determinar el grado de relación y el comportamiento de la variable independiente, así como establecer el nivel de incidencia entre las variables, originadas dentro del mismo espacio geográfico donde se produce el fenómeno de estudio.

### 3.4.- POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.4.1.- Población

Una vez realizada la observación in situ y realizada la consulta a las GAD zonales se determina rubros estimados de población los cuales aproximadamente alcanzan los siguientes resultados. **POBLACIÓN: 1790 personas.** Esta población estimada se halla dividida proporcionalmente a los días de más afluencias turística, encontrándonos con los días lunes a jueves con la cantidad de 90 personas, fines de semana comunes; 200 personas y los días feriados se puede alcanzar los 1500 visitantes.

Tabla: 01 Población

Lunes – Jueves	Viernes – Domingo	Feridos
90	200	1500

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

#### 3.4.2.- Muestra

En vista de que el rango poblacional alcanza un número muy alto, se estima que es necesario establecer una muestra

$$n = \frac{N}{0.05 \sqrt{2(N-1)} + 1}$$

**Donde:**

n= tamaño de la muestra

N= población

E= error de la muestra

$$n = \frac{N}{0.05^2 (N-1) + 1}$$

$$n = \frac{1790}{0.05^2 (1790-1) + 1}$$

$$n = \frac{1790}{0.0025 (1789) + 1}$$

$$n = \frac{1790}{5.47}$$

$$n = 328 \text{ personas}$$

Para la recolección de datos es coherente realizar de manera proporcional aplicando regla de tres a la población total de acuerdo a los días que más visitantes recibe el mirador de la laguna de Yambo, dando como resultado los días lunes 17 personas, los fines de semana normales una cantidad de 36 personas y durante un feriado completo la cantidad de 275 personas que nos dan un total de 328 que es la muestra en suma total.



Tabla: 02 Muestra

Lunes – Jueves	Viernes – Domingo	Feriados
17	<b>36</b>	<b>275</b>

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

### 3.5.- OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

#### 3.5.1.- Operacionalización de la Variable Independiente *El Análisis Flujo Turístico*

Tabla # 03: Operacionalización de la Variable Independiente

Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
El análisis del flujo turístico consiste en determinar el tipo de visitante es quien acude hacia algún sector, además de establecer un punto de referencia ante sus expectativas y necesidades de servicio para la consecución de la actividad turística.	Tipo de visitante  Promedio de visita  Necesidades y Expectativas	Procedencia  Tiempo de estancia  Regularidad  Servicios de restauración	¿De qué lugar Ud. procede?  ¿Cuál es su último destino?  ¿Cuánto tiempo se queda admirando el paisaje?  ¿Cuántas veces ha visitado Ud. este sector?  ¿Piensa usted que es necesario que en el lugar existan otros servicios?	Encuestas y Entrevistas

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

### 3.5.2.- Operacionalización de la Variable Dependiente *El Desarrollo de Productos Turísticos*

Tabla # 04: Operacionalización de la Variable Dependiente

Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas e Instrumentos
La generación de productos turísticos consiste en ofertar productos y servicios que permitan el desarrollo de la actividad turística así como de producir mejoras en la economía de la población local.	<p>Productos Turísticos</p> <p>Servicios Turísticos</p> <p>Permiten el Desarrollo del Turismo</p> <p>Mejoras en la Economía Local</p>	<p>Productos que se Ofertan</p> <p>Servicios que se Ofertan</p> <p>Servicios Complementarios</p> <p>Economía Local</p>	<p>¿Cuándo Ud. hace una parada en el Mirador compra los suvenires?</p> <p>¿Los suvenires que se comercializan le parecen...?</p> <p>¿Los alimentos y bebidas que se ofertan en el lugar son?</p> <p>¿Qué servicio adicional piensa Ud. que hace falta en el lugar?</p> <p>¿Qué expectativa le generó el conocer este lugar?</p>	<p>Encuestas y Entrevistas</p>

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

### 3.6.- PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Tabla # 05: Plan de Recolección de la Información

PREGUNTA BASICA	EXPLICACION
¿Para qué?	Para conocer el número de visitantes que tiene el Mirador.
¿De qué personas u objetos?	Del Mirador (Laguna de Yambo).
¿Sobre qué aspecto?	Sobre el flujo turístico y generación de productos turísticos.
¿Quién?	La población de la parroquia Panzaleo, cantón Salcedo.
¿A quién?	A los visitantes del Mirador (Laguna de Yambo).
¿Cuándo?	Durante el semestre abril – octubre 2015.
¿Dónde?	En el cantón Salcedo.
¿Cuántas veces?	Una sola vez.
¿Con que técnicas de recolección de la información?	Aplicando una encuesta.
¿Con que instrumento?	Un cuestionario.

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

### **3.7.- PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

Se tomarán en cuenta los siguientes pasos:

1. Revisión crítica de la información.
2. Ordenamiento, sistematización y depuración de la información.
3. Tabulación de datos.
4. Análisis de los registros y verificación de la hipótesis.
5. Interpretación y presentación de resultados

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1.- ANÁLISIS DE RESULTADOS**

Luego de aplicar el plan de recolección y tabulación de datos se obtuvieron los siguientes resultados.

##### **Datos generales de la población encuestada**

Total Población encuestada: 328

Sexo: Hombres: 58 % (150 personas) Mujeres: 42 % (138 personas)

Edad: 12 años – 18 años: 8 % 26 Personas

19 años – 29 años: 12 % 39 personas

30 años – 45 años: 34 % 150 personas

45 años en adelante: 46 % 113 personas

## 4.2.- INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

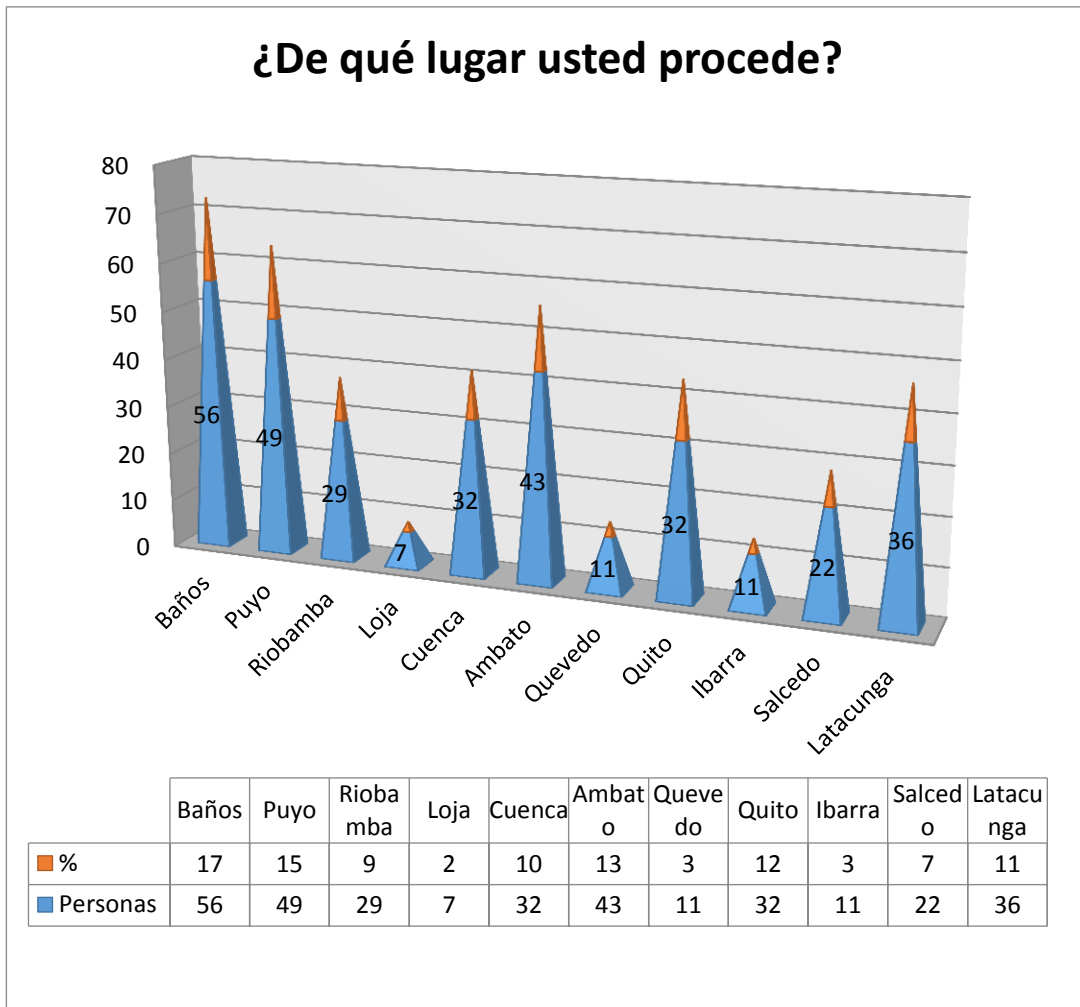
### PREGUNTA N° 1            *¿De qué lugar usted procede?*

Tabla# 06: Ciudades de donde proviene la gente.

<b>Ciudades</b>	<b>Personas</b>	<b>%</b>
<b>Baños</b>	56	17
<b>Puyo</b>	49	15
<b>Riobamba</b>	29	9
<b>Loja</b>	7	2
<b>Cuenca</b>	32	10
<b>Ambato</b>	43	13
<b>Quevedo</b>	11	3
<b>Quito</b>	32	12
<b>Ibarra</b>	11	3
<b>Salcedo</b>	22	7
<b>Latacunga</b>	36	11

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

Grafico #05: Ciudades de donde proviene la gente



Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)



### **Análisis e Interpretación**

De las 328 personas encuestadas, el 17% provienen de Baños de Agua Santa con 56 personas que fueron encuestadas después de ellos finalizar sus viajes de placer o trabajo, el 15% proceden del Puyo con 49 personas que fueron encuestadas después de ellos finalizar sus viajes de placer o trabajo, el 13% se realizó a la ciudad de Ambato con 43 personas que fueron encuestadas después de ellos finalizar sus viajes de placer o trabajo, el 11% se realizó a la ciudad de Latacunga con 49 personas que fueron encuestadas después de ellos finalizar sus viajes de placer o trabajo, el 10% provienen de la ciudad de Quito con 32 personas que fueron encuestadas después de ellos finalizar sus viajes de placer o trabajo, el 10% se realizó a la ciudad de Cuenca con 32 personas que fueron encuestadas después de ellos finalizar sus viajes de placer o trabajo, el 9% se realizó a la ciudad de Riobamba con 29 personas que fueron encuestadas después de ellos finalizar sus viajes de placer o trabajo, el 7% son provenientes del Cantón Salcedo de Salcedo con 22 personas que fueron encuestadas después de ellos finalizar sus viajes de placer o trabajo, el 3% se encuestó a Ibarra con 11 personas que fueron encuestadas después de ellos finalizar sus viajes de placer o trabajo, finalmente con el 2% la Ciudad de Loja con 7 personas que fueron encuestadas después de ellos finalizar sus viajes de placer o trabajo.

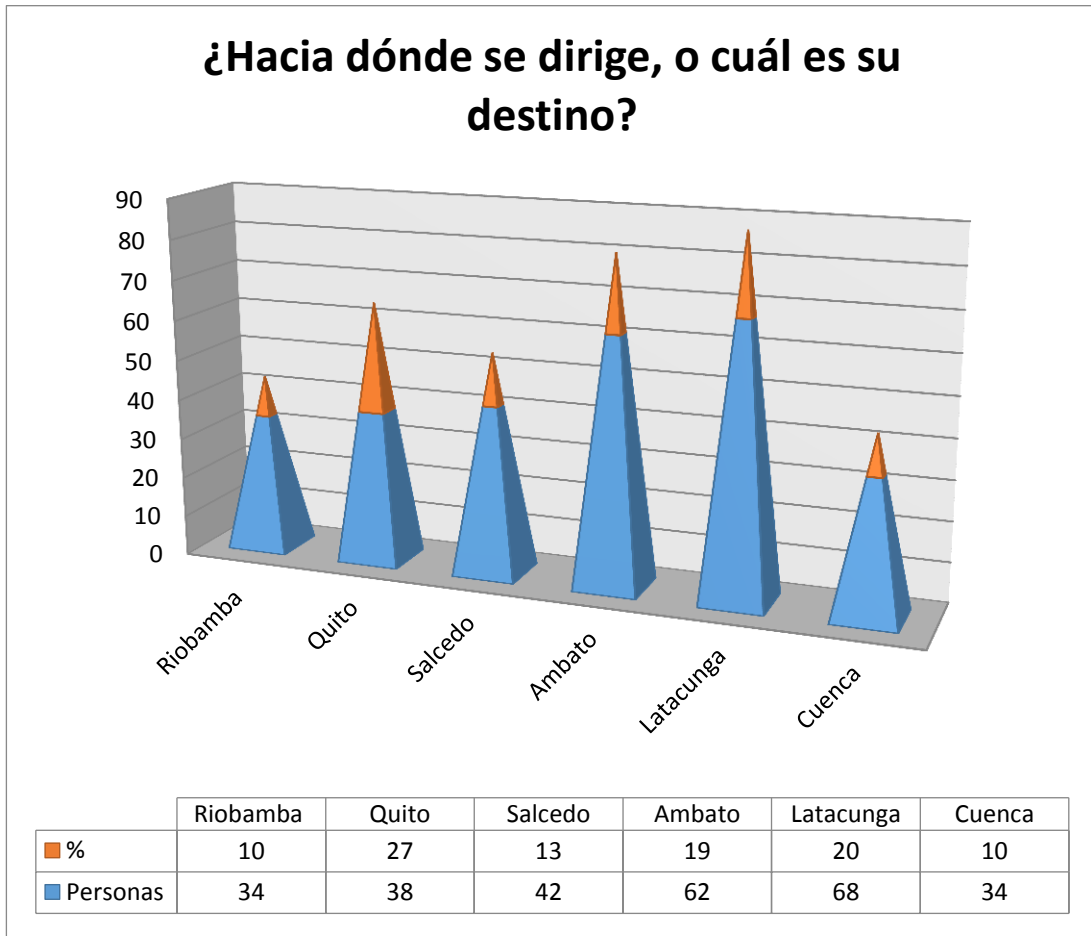
**PREGUNTA N° 2**     *¿Hacia dónde se dirige, o cuál es su destino?*

Tabla # 07: Ciudades a donde se dirige la gente.

<b>Ciudades</b>	<b>Personas</b>	<b>%</b>
<b>Riobamba</b>	34	10
<b>Quito</b>	38	27
<b>Salcedo</b>	42	13
<b>Ambato</b>	62	19
<b>Latacunga</b>	68	20
<b>Cuenca</b>	34	10

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

Grafico # 06: Hacia dónde se dirige, o cuál es su destino



Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

## **Análisis e Interpretación**

De los datos obtenidos se puede mencionar que de un total de 328 personas encuestadas, el 27% viaja hacia la ciudad de Quito con un número de 88 personas, después de visitar el mirador de la laguna de Yambo, también 68 personas las cuales representan el 20% de la población encuestada indican que transitan por la laguna de Yambo con destino final Latacunga, el 19% de la población encuestada indican que Ambato es el destino final con 62 personas quienes pueden observar la laguna en su transcurso, Salcedo es el destino final del 13%, de la población encuestada, con un número de 42 personas quienes tienen cercanía a la laguna. el 10% viaja hacia la ciudad de Cuenca después de visitar el mirador de la laguna de Yambo con un número de 34 personas, el 10% de la población encuestada indican que Riobamba es el destino final de 34 personas quienes pueden observar la laguna en su transcurso.

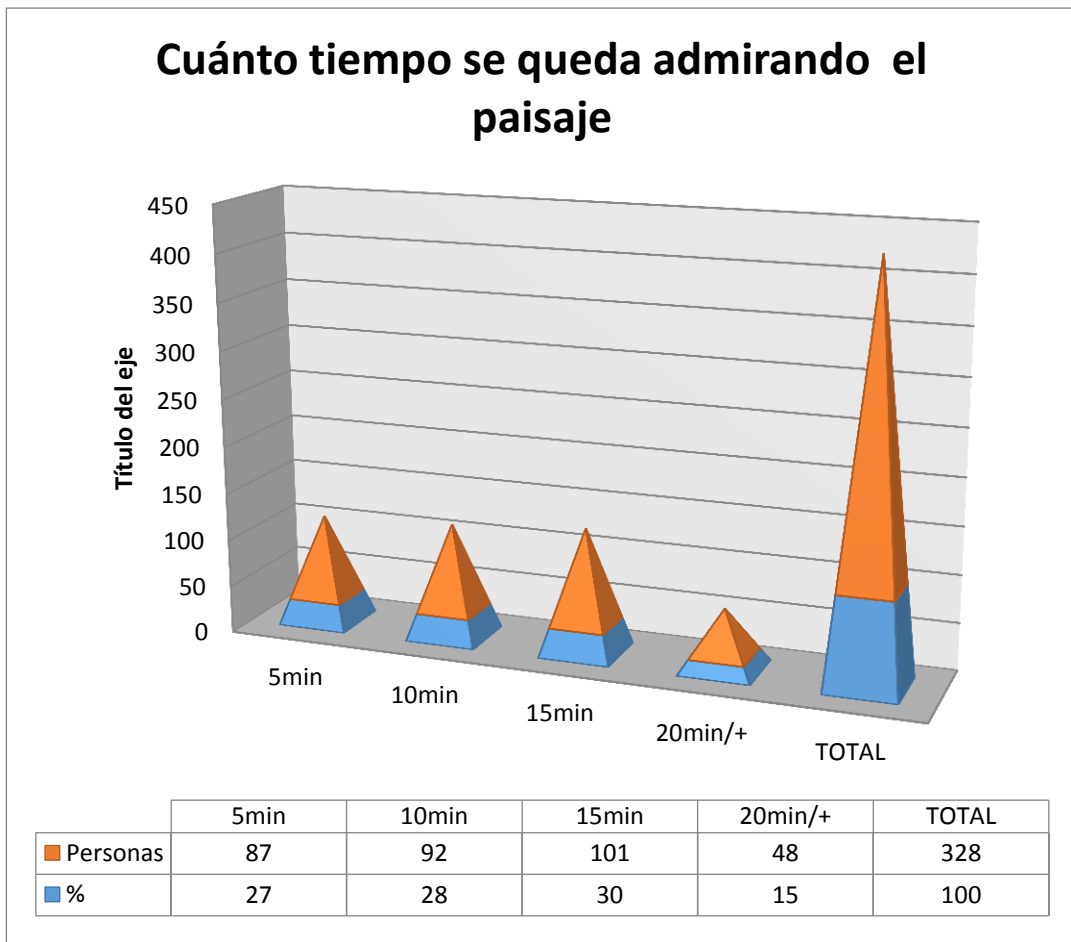
### **PREGUNTA N° 3    *¿Cuánto tiempo se queda admirando el paisaje?***

Tabla #:08 ciudades Cuánto tiempo se queda admirando el paisaje

<b>Tiempo</b>	<b>%</b>	<b>Personas</b>
<b>5min</b>	27	87
<b>10min</b>	28	92
<b>15min</b>	30	101
<b>20min/+</b>	15	48
<b>TOTAL</b>	100	100

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

Grafico # 07: Ciudades Cuánto tiempo se queda admirando el paisaje



Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

### **Análisis e Interpretación**

De 328 personas encuestadas nos pudimos dar cuenta que 87 personas se detienen a observar el paisaje de la laguna por 5min el cual representa el 27%, mientras el 28% se detiene a mirar el paisaje, los cuales son 92 personas, el 30% indica que la gente se detiene a mirar el paisaje de la laguna por 15 min con un numero de 101 personas, y con un numero de 48 personas nos damos cuenta que es el 15% que se detienen a mirar el paisaje 20min y más.

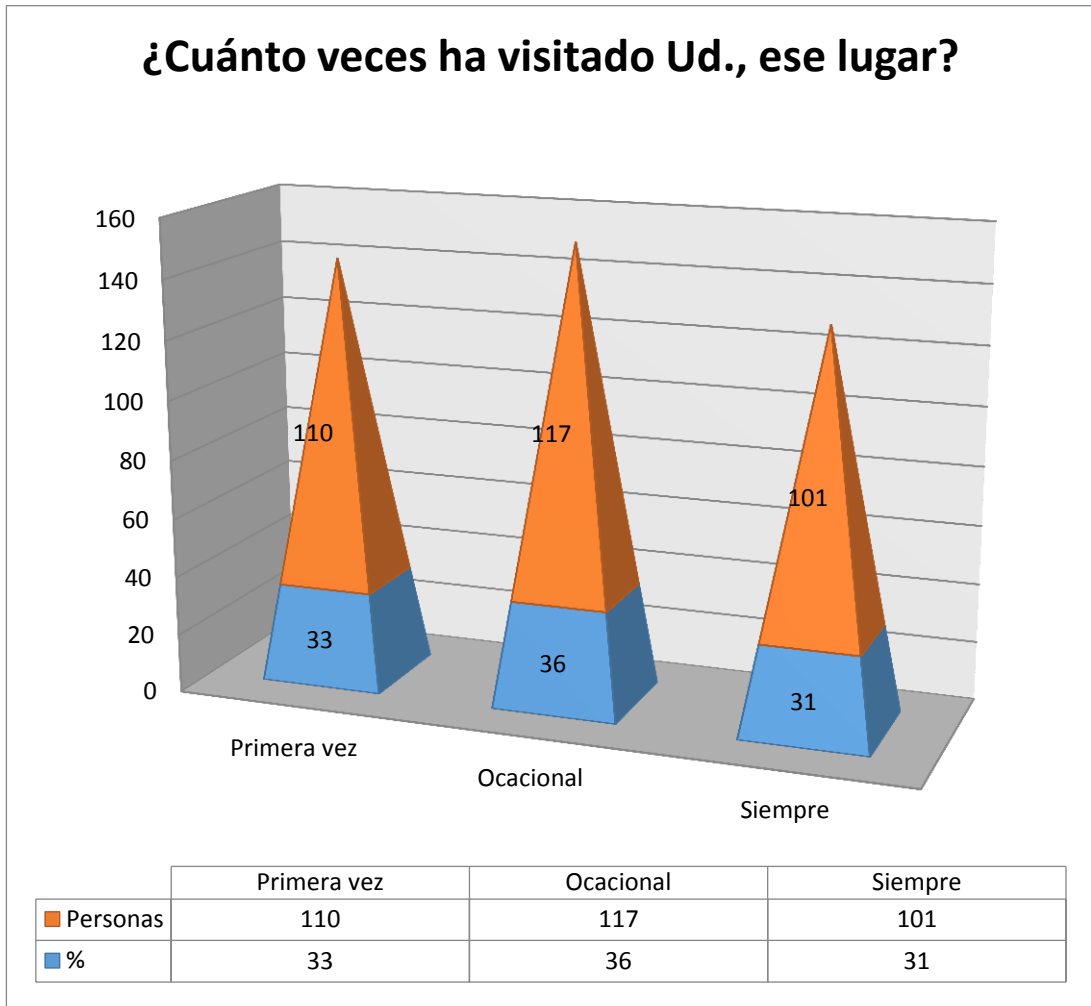
### **PREGUNTA N°4    *¿Cuánto veces ha visitado Ud., ese lugar?***

Tabla # 09: Cuánto veces ha visitado Ud., ese lugar

	Primera vez	Ocasional	Siempre
%	33	36	31
Personas	110	117	101

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

Grafico # 08: Cuánto veces ha visitado Ud., ese lugar



Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

### **Análisis e Interpretación**

De un total de 328 personas encuestadas, deducimos que el 36% de la población encuestada visita La Laguna de yambo ocasionalmente lo que es un número de 117 personas, el 33% de la población respondió que visita primera vez el lugar, con un número de 110 personas, 101 personas respondieron que siempre visitan el lugar, lo que corresponde al 31% de la población encuestada.

### **PREGUNTA N°5 *¿Piensa usted que es necesario, que en el lugar exista otros servicios?***

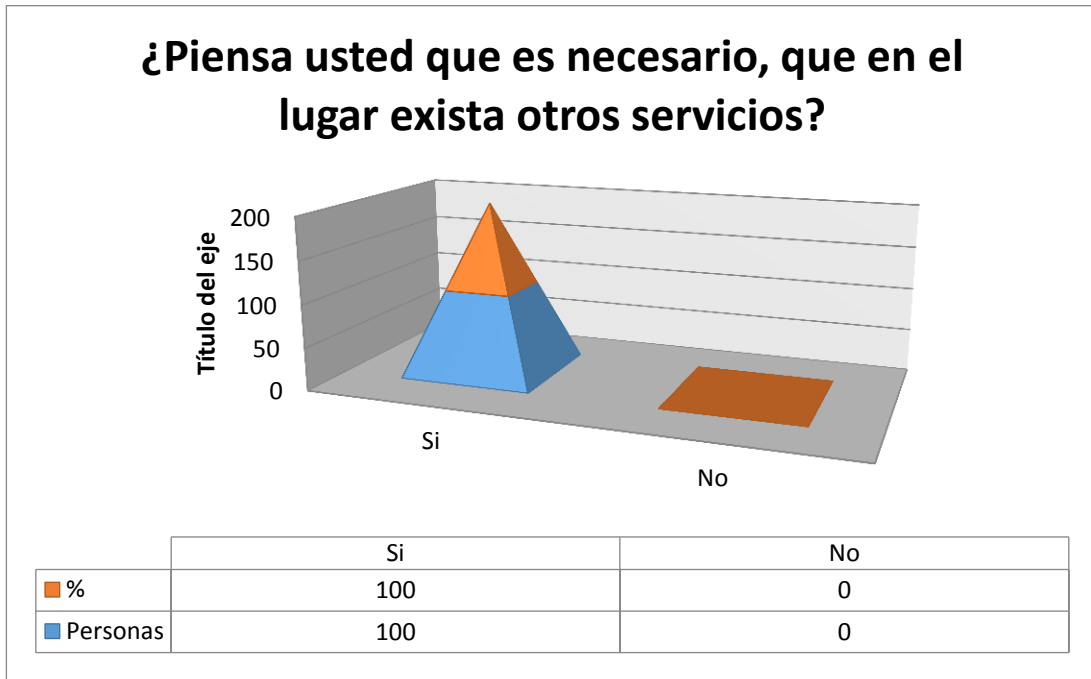
Tabla #10: Piensa usted que es necesario, que en el lugar exista otros servicios

	Si	No
Personas	100	0
%	100	0

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)



Grafico #09: Piensa usted que es necesario, que en el lugar exista otros servicios



Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

## **Análisis e Interpretación**

De un total de 328 personas encuestadas, se puede observar que el 100%, lo que es 328 personas son partícipes de que existan otros servicios adicionales.

### ***PREGUNTA N°6 ¿Al retirarse del mirador adquiere alguno de los recuerdos o artesanías que se ofertan?***

Tabla #11: Al retirarse del mirador adquiere alguno de los recuerdos o artesanías que se ofertan

	Si	No
Personas	69	226
%	31	102

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

Grafico #10: Al retirarse del mirador adquiere alguno de los recuerdos o artesanías que se ofertan



Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

## **Análisis e Interpretación**

De un total de 328 personas encuestadas, se puede observar que el 69%, adquiere recuerdos al retirarse del mirador un número de 226 personas, 102 personas no adquieren recuerdos al retirarse del mirador, lo que representa el 31% de la población encuestada.

### **PREGUNTA N°7 *¿Los recuerdos o artesanías que se comercializan en el lugar le parecen?***

Tabla #12: Los recuerdos o artesanías que se comercializan en el lugar le parecen

	Únicos	Interesantes	Comunes y Corrientes	Nada Llamativos
%	2	7	52	39
Personas	7	22	170	129

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

Grafico #11: Los recuerdos o artesanías que se comercializan en el lugar le parecen



Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

## **Análisis e Interpretación**

De un total de 328 personas encuestadas, se puede observar que el 52% de la población encuestada, los productos que ofrece el lugar le parecen comunes y corrientes, lo que es un número de 170 personas encuestadas, 129 personas son a las que los productos que ofrece la laguna de Yambo le parecen Nada Llamativos, el 7% de la población encuestada le parece interesante los productos, lo que es un número de 22 personas, a 7 personas les parece único los productos que ofrece el lugar, esto es el 2% de la población encuestada.

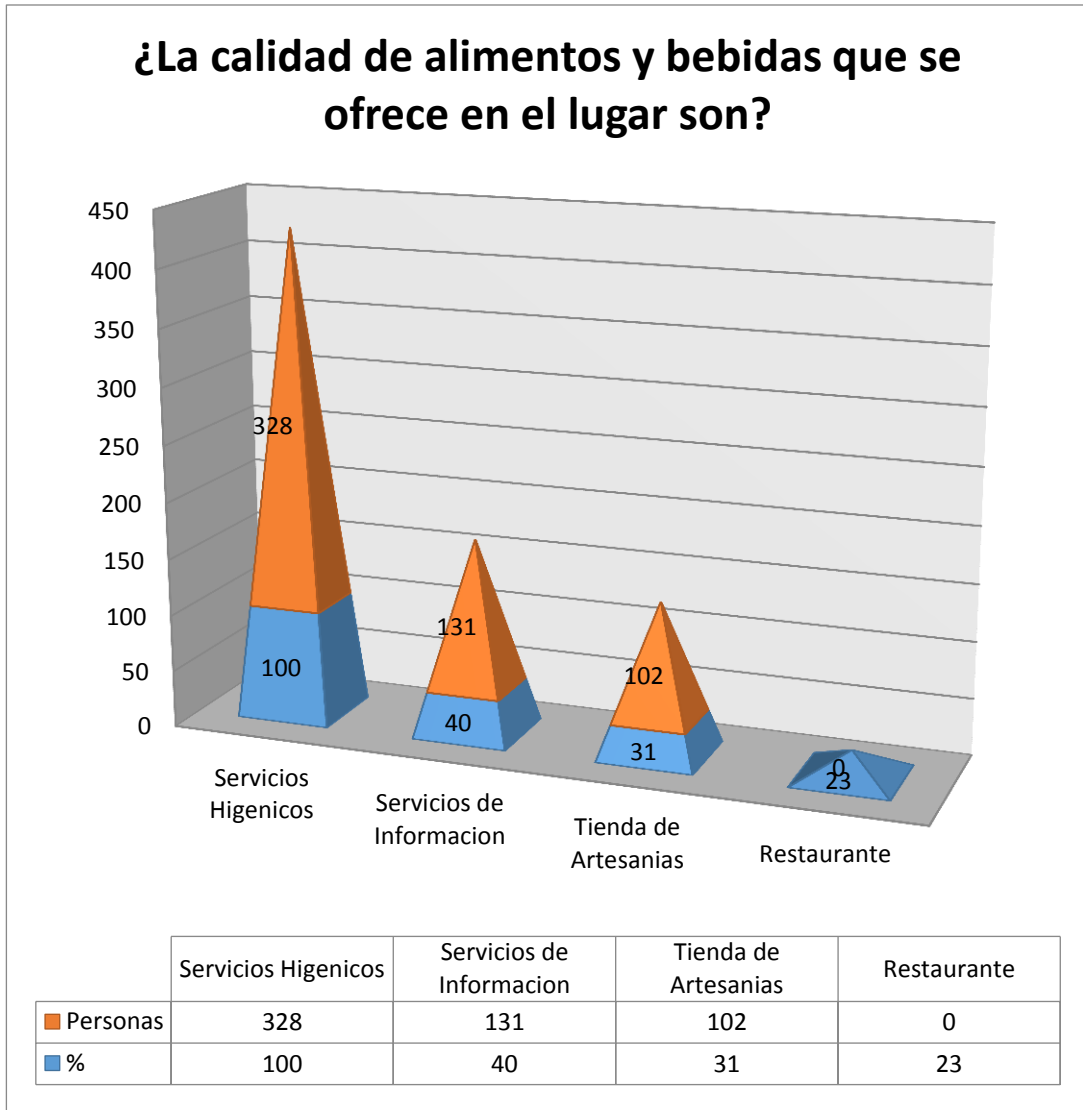
### **PREGUNTA N°8 *¿La calidad de alimentos y bebidas que se ofrece en el lugar son?***

Tabla #13: La calidad de alimentos y bebidas que se ofrece en el lugar son.

	Muy Buena	Buena	Mala	Muy Mala
%	7	56	35	2
Personas	23	184	114	7

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

Grafico #12: La calidad de alimentos y bebidas que se ofrece en el lugar son



Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

## **Análisis e Interpretación**

De un total de 328 personas encuestadas, se puede observar que el 56% de la población encuestada, los productos les parece buenos, lo que es un número de 184 personas encuestadas, a 114 personas les parece mala la comida que ofrece la laguna de Yambo, el 7% de la población encuestada le parece Muy Buena la comida que ofrece el lugar con un número de 23 personas, a 7 personas les parece Muy Mala la comida que ofrece la laguna de Yambo, lo que representa el 2% de la población encuestada.

### **PREGUNTA N°9 *¿Qué servicio adicional piensa Ud., que le hace falta al lugar?***

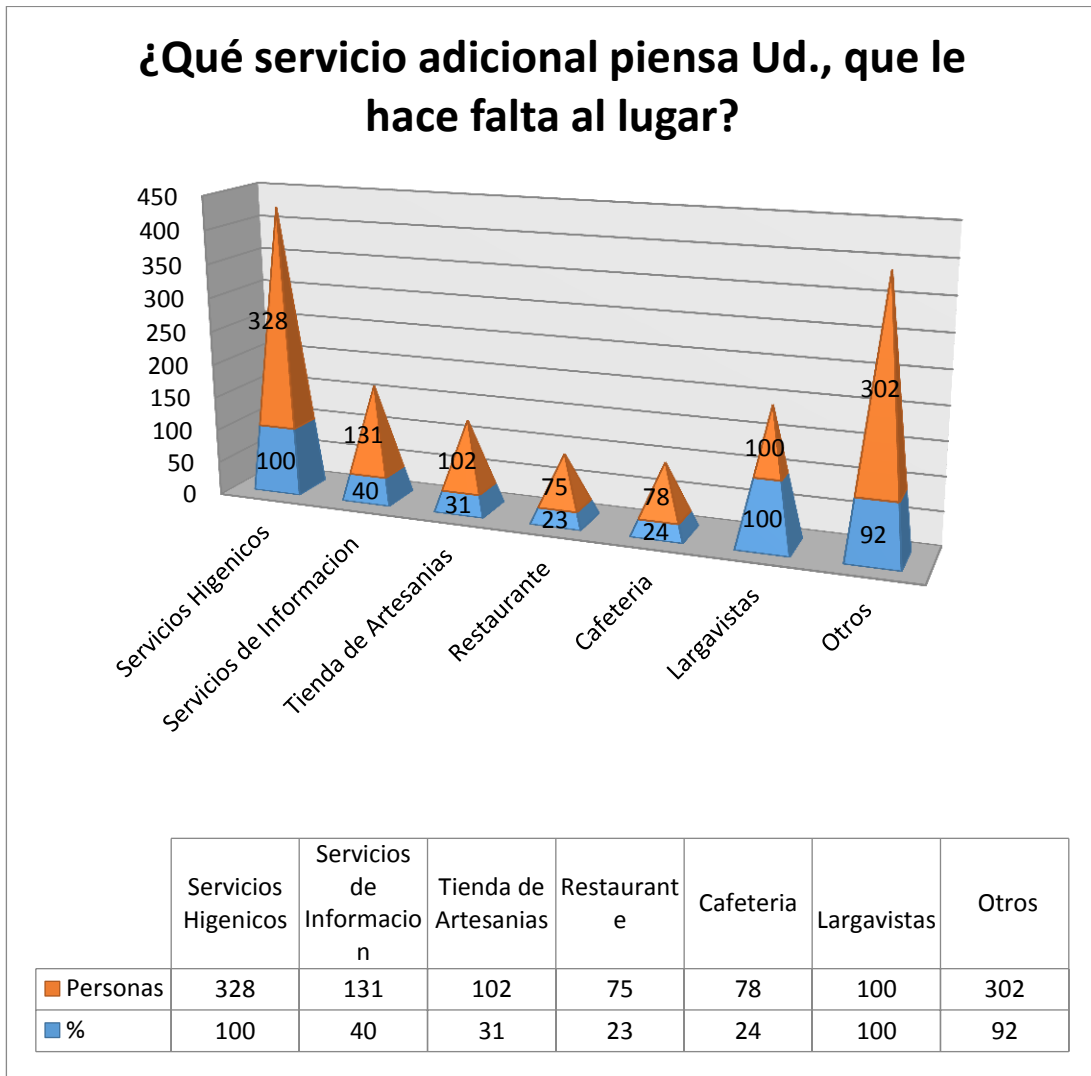
Tabla #14: Qué servicio adicional piensa Ud., que le hace falta al lugar

	%	Personas
Servicios Higiénicos	100	328
Servicios de Información	40	131
Tienda de Artesanías	31	102
Restaurante	23	75
Cafetería	24	78
Largavistas	100	100
Otros	92	302

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)



Grafico #13: Qué servicio adicional piensa Ud., que le hace falta al lugar



Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

## **Análisis e Interpretación**

De un total de 328 personas encuestadas, se puede observar que en esta pregunta las personas podían señalar más de una pregunta, 328 persona aportan que faltan Servicios Higiénicos, el 40%, con 131 personas desean Servicios de Información, el 31%, con 102 personas señalan que falta Tiendas de Artesanía, 75 personas corroboran que falta Restaurantes, el 24% señala que falta Cafeterías, esto es un numero de 78 personas, el 100% apoya que faltan larga vistas en la laguna de Yambo, el 302 personas desea parqueaderos y otros servicios en la laguna, esto es el 92% de la población encuestada.

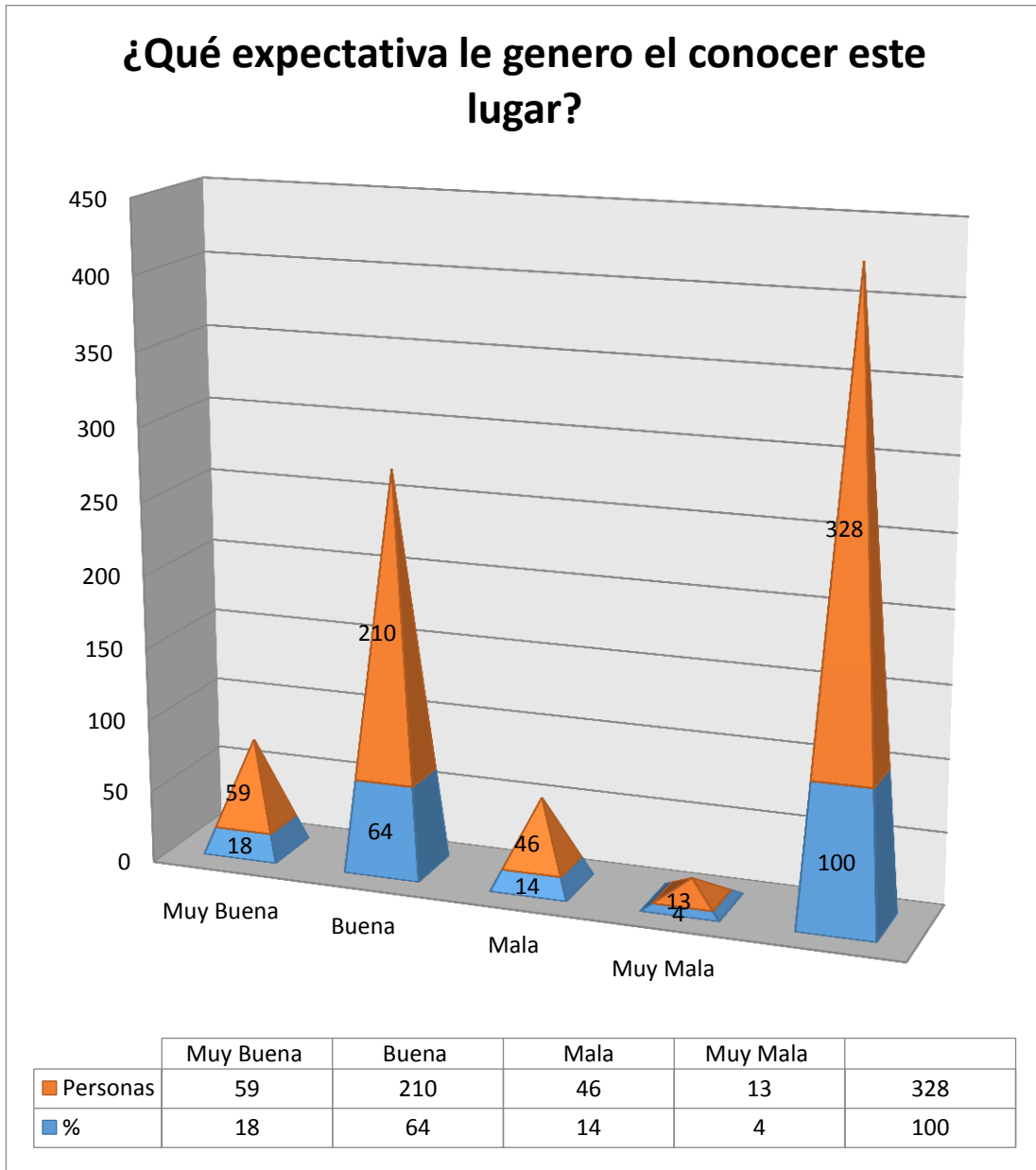
### **PREGUNTA N°10 *¿Qué expectativa le genero el conocer este lugar?***

Tabla #15: Qué expectativa le genero el conocer este lugar

	Muy Buena	Buena	Mala	Muy Mala	
%	18	64	14	4	100
Personas	59	210	46	13	328

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

Grafico #14: Qué expectativa le genero el conocer este lugar



Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

### **Análisis e Interpretación**

De un total de 328 personas encuestadas, el 64% de aceptación del mirador, con un número de 210 personas, el 18% de la población encuestada confirma que es mala la visita a la laguna de Yambo, 59 personas aseguran que es muy Buena la visita al mirador laguna de Yambo, el 4% no le agrego que es muy mala la visita a la laguna de Yambo.

### **4.3.- VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.**

Para el presente trabajo investigativo se utilizó el método estadístico conocido como chi cuadrado ( $\chi^2$ ) con el fin de obtener la información para aceptar o rechazar la hipótesis.

#### **4.3.1.- Planteamiento de la hipótesis**

H0 El análisis del flujo de visitantes no repercute en la generación de productos turísticos en la parroquia panzaleo Provincia Cotopaxi.

H1: El análisis del flujo de visitantes si repercute en la generación de productos turísticos en la parroquia panzaleo Provincia Cotopaxi.

#### **4.3.2.- Selección del nivel de significados:**

Para la verificación de la hipótesis se utilizó el nivel de  $\alpha$ : 0.05.

### 4.3.3.- Descripción de la población.

Se tomará como referencia la cantidad de visitantes.

Para obtener información relevante del tema de investigación durante la ejecución, se aplicado un total de trescientas veinte y ocho encuestas de género masculino y femenino, mayores de 12 años, de los cuales ciento treinta y ocho son mujeres y ciento cincuenta son hombres que representan el 42 % y 58% respectivamente.

Representaron el siguiente cuadro:

Tabla #16: Genero de la población.

Alternativa	Personas	Porcentaje %
Hombre	150	58
Mujer	138	42
Total	328	100

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

#### 4.3.4.- Especificación de lo Estadístico.

Para esto se utilizara la siguiente formula:

$$x^2 = \sum \left[ \frac{(O - E)^2}{E} \right]$$

$X^2$ = Chi Cuadrado

$\sum$ = Sumatoria

O= Frecuencia Observada

E= Frecuencia Especifica

#### 4.3.5.- Especificación de las regiones de aceptación y rechazo.

Se procede a determinar los grados de libertad considerando las filas y las columnas.

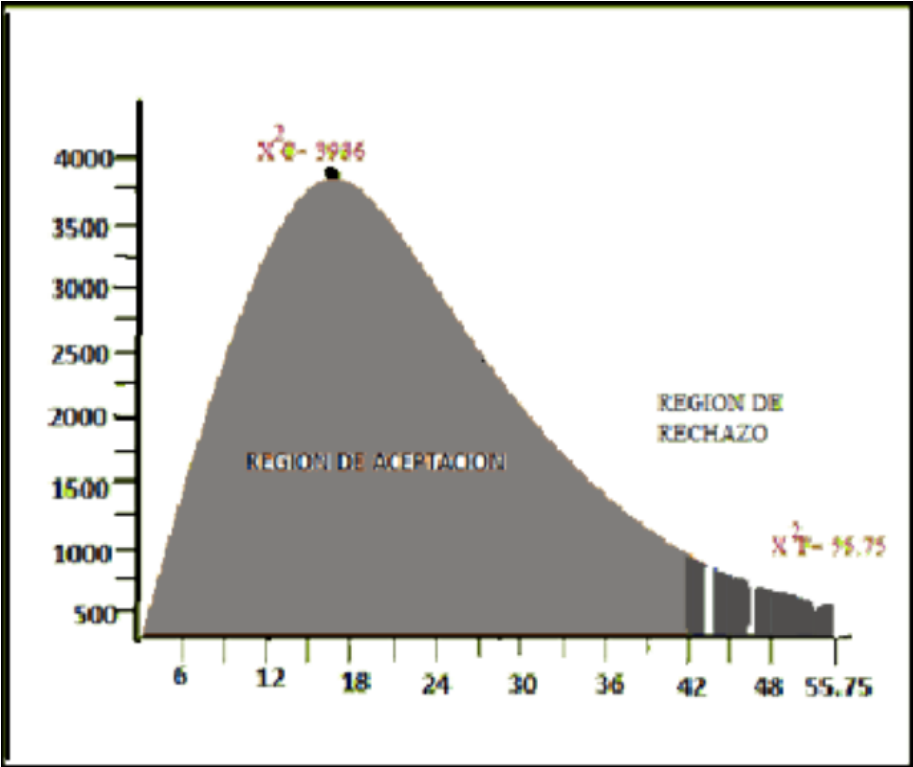
Tabla #17: Grados de libertad

	GRADOS DE LIBERTAD	
	COLUMNAS	FILAS
GL	4-1	15-1
GL	3*14	14
GL	42	$X^2=14*2=42$

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

La representación gráfica sería:

Gráfico 15: Curva estadística de aceptación y rechazo



Elaborado por: AGUILAR, Rubén (2015)

#### 4.3.6.- Recolección de datos y cálculo de los estadísticos

Se lo expresa en el siguiente cuadro, el cual determina las frecuencias observadas.

Tabla #18: Frecuencias Observadas

CATEGORIAS																
	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4	Opción 5	Opción 6	Opción 7	Opción 8	Opción 9	Opción 10	Opción 11	Opción 12	Opción 13	Opción 14	Opción 15	Subtotal
<b>PRE</b>	87	92	101	48	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	328
<b>PRE</b>	0	0	0	0	110	117	101	0	0	0	0	0	0	0	0	328
<b>PRE</b>	0	0	0	0	0	0	0	7	22	170	129	0	0	0	0	328
<b>PRE</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23	184	114	7	328
	87	92	101	48	110	117	101	7	22	170	129	23	184	114	7	1312

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)



Una vez establecidas las frecuencias observadas se procede a determinar las frecuencias esperadas.

Tabla 192: Frecuencias esperadas

CATEGORIAS																
	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4	Opción 5	Opción 6	Opción 7	Opción 8	Opción 9	Opción 10	Opción 11	Opción 12	Opción 13	Opción 14	Opción 15	Subtotal
<b>PRE</b>	21	23	25	12	27	29	25	1	5	42	32.25	5.5	46	28.5	1.75	328
<b>PRE</b>	21	23	25	12	27	29	25	1	5	42	32.25	5.5	46	28.5	1.75	328
<b>PRE</b>	21	23	25	12	27	29	25	1	5	42	32.25	5.5	46	28.5	1.75	328
<b>PRE</b>	21	23	25	12	27	29	25	1	5	42	32.25	5.5	46	28.5	1.75	328
	87	92	101	48	110	117	101	7	22	170	129	23	184	114	7	1312

Elaborado

por:

AGUILAR

Rubén

(2015)

#### 4.3.7.- Cálculo del Chi Cuadrado

El cálculo del Chi Cuadrado está expresado en el siguiente cuadro:

Tabla 20: Cálculo de Chi Cuadrado

O	E	O-E	(O-E) <sup>2</sup>	(O-E) <sup>2</sup> /E
<b>87</b>	21,75	65,25	4257,5625	195,75
<b>0</b>	21,75	-21,75	473,0625	21,75
<b>0</b>	21,75	-21,75	473,0625	21,75
<b>0</b>	21,75	-21,75	473,0625	21,75
<b>92</b>	23	69	4761	207
<b>0</b>	23	-23	529	23
<b>0</b>	23	-23	529	23
<b>0</b>	23	-23	529	23
<b>101</b>	25,25	75,75	5738,0625	227,25
<b>0</b>	25,25	-25,25	637,5625	25,25
<b>0</b>	25,25	-25,25	637,5625	25,25
<b>0</b>	25,25	-25,25	637,5625	25,25
<b>48</b>	12	36	1296	108
<b>0</b>	12	-12	144	12

<b>0</b>	12	-12	144	12
<b>0</b>	12	-12	144	12
<b>0</b>	27,5	-27,5	756,25	27,5
<b>110</b>	27,5	82,5	6806,25	247,5
<b>0</b>	27,5	-27,5	756,25	27,5
<b>0</b>	27,5	-27,5	756,25	27,5
<b>0</b>	29,25	-29,25	855,5625	29,25
<b>117</b>	29,25	87,75	7700,0625	263,25
<b>0</b>	29,25	-29,25	855,5625	29,25
<b>0</b>	29,25	-29,25	855,5625	29,25
<b>0</b>	25,25	-25,25	637,5625	25,25
<b>101</b>	25,25	75,75	5738,0625	227,25
<b>0</b>	25,25	-25,25	637,5625	25,25
<b>0</b>	25,25	-25,25	637,5625	25,25
<b>0</b>	1,75	-1,75	3,0625	1,75
<b>0</b>	1,75	-1,75	3,0625	1,75
<b>7</b>	1,75	5,25	27,5625	15,75
<b>0</b>	1,75	-1,75	3,0625	1,75

<b>0</b>	5,5	-5,5	30,25	5,5
<b>0</b>	5,5	-5,5	30,25	5,5
<b>22</b>	5,5	16,5	272,25	49,5
<b>0</b>	5,5	-5,5	30,25	5,5
<b>0</b>	42,5	-42,5	1806,25	42,5
<b>0</b>	42,5	-42,5	1806,25	42,5
<b>170</b>	42,5	127,5	16256,25	382,5
<b>0</b>	42,5	-42,5	1806,25	42,5
<b>0</b>	32,25	-32,25	1040,0625	32,25
<b>0</b>	32,25	-32,25	1040,0625	32,25
<b>129</b>	32,25	96,75	9360,5625	290,25
<b>0</b>	32,25	-32,25	1040,0625	32,25
<b>0</b>	5,75	-5,75	33,0625	5,75
<b>0</b>	5,75	-5,75	33,0625	5,75
<b>0</b>	5,75	-5,75	33,0625	5,75
<b>23</b>	5,75	17,25	297,5625	51,75
<b>0</b>	46	-46	2116	46
<b>0</b>	46	-46	2116	46

<b>0</b>	46	-46	2116	46
<b>184</b>	46	138	19044	414
<b>0</b>	28,5	-28,5	812,25	28,5
<b>0</b>	28,5	-28,5	812,25	28,5
<b>0</b>	28,5	-28,5	812,25	28,5
<b>114</b>	28,5	85,5	7310,25	256,5
<b>0</b>	1,75	-1,75	3,0625	1,75
<b>0</b>	1,75	-1,75	3,0625	1,75
<b>0</b>	1,75	-1,75	3,0625	1,75
<b>7</b>	1,75	5,25	27,5625	15,75
<b>1312</b>	1312		<b>X<sup>2</sup>C</b>	3936

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

#### **4.3.8.- Decisión**

Se puede deducir que con 42 grados de libertad y a nivel de 0,05 de significación, se obtiene en la tabla  $X^2T$  55.758 y el valor de chi-cuadrado calculado es  $X^2C$  3936; siendo así,  $X^2T$  (55.758) es menor que  $X^2C$  (3936); por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa H1. El análisis del flujo de visitantes si repercute en la generación de productos turísticos en la parroquia panzaleo Provincia Cotopaxi.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1.- CONCLUSIONES**

- Se logró investigar que la repercusión del análisis del flujo de visitantes es positiva en relación a la generación de nuevos productos turísticos en la laguna de Yambo debido a que se puede establecer mejores puntos de vista, gusto y preferencias.
- Se puede observar que la mayor parte de visitantes provienen de la ciudad de Baños de Agua Santa debido a que realizan una pequeña escala (stopover), antes de continuar su viaje a sus diferentes destinos.
- Se pudo evidenciar que mediante el análisis del flujo de visitantes, se puede tener una más amplia perspectiva de elaboración de productos turísticos basándose en el mayor porcentaje de preferencia de los visitantes.
- Se puede detectar mediante el respectivo levantamiento de información, que gran parte de los visitantes muestra interés en la mejora infraestructural complementaria del atractivo, para mejorar la imagen y la economía de los pobladores de la Parroquia Panzaleo.
- Se pudo definir las diferentes necesidades de los visitantes tales como: servicios higiénicos, instalaciones correctamente adecuadas para la

preparación y el consumo de alimentos y bebidas, además de un artículo novedoso que sería bien aceptado por parte del visitante así como lo es el servicio de larga vistas.

## **5.2.- RECOMENDACIONES**

- Es importante tomar en cuenta los criterios del visitante para poder realizar alguna modificación futura a la manera en cómo se prestan los servicios así como en los que existen, para mantener al sector a la vanguardia turística.
- Implementar señalética relacionada con el sector en el Mirador de la Laguna que brinde información de la Laguna y que incentive a una visita más prolongada del sector.
- Establecer un cronograma de capacitación con técnicas de servicio y atención al cliente, para renovar la manera en que se brindan los mismos dentro del mirador de la Laguna de Yambo, para ganar competitividad como punto de interés turístico.
- Gestionar con las autoridades de la parroquia la difusión de este manual de servicios para dinamizar la economía de la parroquia mediante el aprovechamiento sostenible de la Laguna de Yambo.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1 DATOS INFORMATIVOS**

##### **6.1.1 Título**

Diseño de facilidades turísticas para potencializar y diversificar los servicios ofrecidos en el Mirador Laguna de Yambo.

##### **6.1.2 Institución Ejecutora**

Diseño de las facilidades: Universidad Técnica de Ambato Carrera de Turismo y Hotelería

Ejecución y evaluación de las facilidades: (G.A.D. San Miguel de Salcedo)

##### **6.1.3 Beneficiarios**

Directos: Prestadores de servicios turísticos del Mirador

Indirectos: Turistas transeúntes y los pobladores de la parroquia



#### **6.1.4 Ubicación**



Fotografía # 02: Laguna de Yambo (Google Earth) (2015)

La presente propuesta se ejecutará en el Mirador de la Laguna de Yambo en la Parroquia Panzaleo del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi (Google Earth, 2015)

#### **6.1.5 Tiempo estimado de la ejecución.**

Una vez presentado, validado y aprobado el diseño de facilidades la ejecución de esta propuesta tiene una duración aproximada de seis meses para su implementación y entrega.

### **6.1.6 Equipo técnico responsable.**

Rubén Aguilar: Formulador de la propuesta.

Inés del Rocío Carrillo Barona: Ejecutor De La Propuesta.

### **6.1.7.- Costo**

El costo aproximado del diseño de la propuesta será de \$ 22.100 dólares americanos

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

En el cantón San Miguel de Salcedo en la provincia Cotopaxi existe un atractivo natural conocido a nivel nacional, este llamativo lugar se le conoce como la Laguna de Yambo, posee un mirador que se asienta al costado oriental de la Vía Panamericana Norte, dentro de este Mirador se puede tener una espectacular vista de la Laguna efecto de una falla geológica, desde ahí se puede además recibir el fresco y limpio aire proveniente del Parque Nacional Llanganates, se puede observar además la diversidad de flora y fauna de la zona. Se puede fácilmente divisar a la distancia patos, colibríes, garzas, cuyes silvestres, mirlos, gallinas de agua, etc., árboles frutales, eucaliptos, pinos, cactus, y demás, todo ello integra el inventario biológico de la Ruta “*Kuri Pishku*” que significa *pájaro o pluma de oro*.

Esta propuesta busca aprovechar toda esta riqueza natural mediante la dinamización de los servicios que se ofrecen, para esto es necesario que existan instalaciones completas y bien adecuadas para brindar al turista una buena experiencia al visitar el Mirador Laguna de Yambo, a través de la implementación y la mejora de las instalaciones se ganará competitividad frente a otros atractivos con iguales

características natural más aun diferentes en cuestión de facilidades para el turista, es así que, tomando en cuenta los diferentes criterios y opiniones del turista se propone la instalación de un instrumento visual que ayudaría al turista a tener una mejor experiencia.

### **6.3 JUSTIFICACIÓN**

La factibilidad de esta propuesta radica en la utilidad que se puede ganar al organizar a los prestadores de servicios para diversificar la oferta en el Mirador Laguna de Yambo, mediante el diálogo y la organización se puede diversificar los servicios de alimentos y bebidas que actualmente se ofrecen. Esta propuesta resulta novedosa debido a que mediante la instalación de un larga vistas se espera que los visitantes del Mirador prolonguen su tiempo de estancia y con ella su promedio de gasto y esto servirá como ingreso a la economía de la parroquia Panzaleo. Mediante la aplicación de esta propuesta se tendrá como beneficiarios a toda la población de la parroquia ya que con un mirador potencializado y dotado con un instrumento no antes visto aumentará notablemente el flujo de visitantes y esto exigirá la creación de nuevas plazas de trabajo así como capacitación a los mismos, siendo de esta manera los pobladores tendrán que ganar destrezas y habilidades para desenvolverse en actividades como: guías de turismo (Caminatas), preparación y servicios de alimentos y bebidas, choferes capacitados en relaciones humanas para que brinden al turista la información que ellos necesitan y recorridos por el sector, un cuidador que además de controlar el uso del Larga vistas pueda ofertar los diferentes servicios. Es importante la ejecución de esta propuesta debido al impacto positivo que podría generar la mejora de las instalaciones y la implementación de otros servicios que podrían dinamizar el desarrollo de la parroquia Panzaleo.

## **6.4.- OBJETIVOS**

### **6.4.1.-Objetivo General**

Diseñar las facilidades que podrían ayudar al Mirador Laguna de Yambo a potencializar la actividad turística.

### **6.4.2.- Objetivos Específicos:**

- Elaborar un modelo de gestión para la organización de los prestadores de servicios del Mirador Laguna de Yambo.
- Socializar y motivar a la ejecución de la propuesta al G.A.D. Salcedo.
- Promocionar el nuevo atractivo para fomentar y desarrollar el turismo en el sector.

## **6.5.- ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

### **6.5.1.- Operativo**

Al ejecutarse esta propuesta se obtendrá un Mirador más organizado que servirá para que el visitante parquee de manera más segura su auto, tenga una más variada oferta de alimentación, y con esto él pueda aprovechar de mejor manera el tiempo que dispone para visitar el Mirador Laguna de Yambo, los prestadores de servicios ganarán eficiencia al poseer mejores instalaciones para prestar sus servicios ya que con ellas se podrá optimizar el espacio y mejorar el aspecto del sector y con esto se logrará mejorar la operatividad de los servicios, sin contar que con nueva y mejorada

infraestructura se podrá garantizar la inocuidad y la limpieza en la preparación de los alimentos y bebidas.

### **6.5.2.- Social**

Esta propuesta que se presenta tiene una perspectiva social ya que busca promover una alternativa de mejora a la economía de la parroquia Panzaleo mediante la dinamización del Turismo en el Mirador de la Laguna de Yambo, a través de la ejecución de esta propuesta la población de la parroquia panzaleo aumentará notablemente el flujo de visitantes y esto servirá para que la población pueda ampliar su margen de ingresos turísticos y así se podrá cumplir uno de los objetivos de esta propuesta que es mejorar la calidad de vida de los prestadores de servicios y la población en general de la parroquia Panzaleo cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

### **6.5.3.- Legal**

## **Constitución Política del Ecuador**

### **Título I**

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

3. Defender el patrimonio natural y cultural del país y proteger el medio ambiente.

4. Preservar el crecimiento sustentable de la economía, y el desarrollo equilibrado y equitativo en beneficio colectivo.

5. Erradicar la pobreza y promover el progreso económico, social y cultural de sus habitantes.

(Asamblea Constituyente, 2008)

## **Reglamento General de Actividades Turísticas**

### **Título V**

#### **Del Ecoturismo y la Sostenibilidad**

Art. 161.- Planificación pública.- El Ministerio de Turismo, dentro de su planificación de corto, mediano y largo plazo, incluirá los objetivos y los criterios generales para las actividades de ecoturismo en el Ecuador, con enfoque competitivo. (Asamblea Constituyente, 2008)

#### **6.5.4.- Económico financiero**

Para el diseño de un manual se estipulan los siguientes rubros:

Tabla # 21: Económico Financiero

<b>Indicadores</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Costo Total</b>
Material de Investigación	Autor	\$ 50,00
Internet	Autor	\$ 80,00
Viáticos y	Autor	\$ 40,00
Impresión del borrador del manual	Imprenta	\$ 20,00
Impresión Final	Imprenta	\$ 30,00
Copias y Anillados para socializar	Imprenta	\$ 50,00
<b><i>Costo Total</i></b>		<b>\$ 270,00</b>

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

## **6.6.-FUNDAMENTACIÓN**

Esta propuesta de diseño de Facilidades Turísticas nace de la necesidad de una infraestructura adecuada para brindar al visitante una experiencia agradable al visitar el Mirador Laguna de Yambo, desde tiempo atrás se viene realizando la actividad turística en dicho sector pero de una manera coloquial, los prestadores de servicios del Mirador proporcionan sus servicios de manera empírica y sin los conocimientos técnicos básicos de inocuidad y asepsia en la preparación de alimentos y bebidas, además de la falta de variedad de los mismos. Se basa además este diseño de facilidades turísticas en el incremento del flujo de visitantes en el Mirador Laguna de Yambo gracias a la optimización del espacio que se generará al organizar de mejor manera las instalaciones del Mirador, se podrá atender a los turistas y se podrá también aumentar su promedio de gasto debido a la oferta más organizada que se puede generar.

## 6.7. MODELO OPERATIVO

Tabla # 22: Modelo operativo

Fases	Objetivos	Actividades	Recursos	Presupuesto	Tiempo	Responsable
<b>Socialización</b>	Socializar la implementación de esta propuesta a los prestadores de servicios en el Mirador Laguna de Yambo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar reuniones previas</li> <li>- Preparar la exposición.</li> <li>- Socializar la propuesta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oficio</li> <li>- Proyector</li> <li>- Laptop</li> <li>-Sala para reuniones</li> </ul>	30.00 USD	15 días	Rubén Augusto Aguilar Mañay
<b>Planificación</b>	Elaborar un cronograma de actividades para ejecutar la implementación de esta propuesta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar y organizar a los prestadores de servicios turísticos.</li> <li>- Determinar el rol que cada prestador de servicios debe cumplir durante esta parte de la ejecución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Logística</li> <li>-Comunicación</li> </ul>	50,00 USD	15 días	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rubén Augusto Aguilar Mañay</li> <li>- Técnico de Turismo GAD Salcedo</li> </ul>



<b>Ejecución</b>	Elaboración de diseño de implementación de facilidades turísticas en la Universidad Técnica de Ambato con la ayuda del Ing. Marco Toledo V.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Injerencia de las autoridades para el cumplimiento de la implementación del diseño de facilidades turísticas.</li> <li>- Promocionar el diseño y la implementación de facilidades turísticas a todos los prestadores de servicios del Mirador y los habitantes de la parroquia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Logística</li> <li>- Dialogo</li> <li>- Impresiones</li> </ul>	100,00USD	15 días	G.A.D. Miguel Salcedo	San de
<b>Evaluación</b>	Evaluar y medir los resultados obtenidos luego de la implementación y entrega de las facilidades turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar a todos los Prestadores de servicios turísticos en el Mirador.</li> <li>- Encuesta</li> <li>- Entrevista</li> </ul>	-Equipos de oficina	50,00USD	Semestralmente.	G.A.D. Miguel Salcedo	San de

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

## **6.8.- ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA**

### **6.8.1 Autor**

Persona encargada de; elaborar, planificar y difundir la propuesta, a través de observaciones al contexto de la problemática, investigación de las formas en cómo se están prestando los servicios en el mirador de la Laguna de Yambo.

### **6.8.2 Tutor**

Su función principal consiste en orientar al autor de la propuesta para garantizar el cumplimiento de las metas y objetivos planteados; así como realizar las correcciones pertinentes para el desarrollo adecuado de la propuesta.

### **6.8.3 Usuarios**

Esta propuesta se aplicará a los prestadores de servicios turísticos el Mirador de la Laguna de Yambo en la parroquia Panzaleo a través del GAD Salcedo, quienes se encargarán de ejecutar la implementación de las nuevas instalaciones.

## 6.9. PLAN DE MONITOREO Y EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

Tabla # 23: Plan de Monitoreo y Evaluación

¿Qué evaluar?	El nivel de impacto de la implementación del manual.
¿Por qué evaluar?	Porque es necesario medir los resultados y los índices de efectividad de la propuesta
¿Para qué evaluar?	Para mejorar y corregir los procesos
¿Con qué criterios?	Criterios de objetividad
Indicadores	Cuantitativos y cualitativos
¿Quién evalúa?	Evaluador
¿Cuándo evaluar?	Semestralmente
¿Cómo evaluar?	Encuesta y entrevistas a los visitantes del Mirador de la Laguna de Yambo.
¿Fuentes de información?	Fotografías, bibliografía, criterio de expertos
¿Con qué evaluar?	Encuestas y entrevistas

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

## 6.10.- EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA

El nuevo y potencializado Mirador Laguna de Yambo contará con nuevos y sofisticados servicios que ahí se detallan:

- *Cuatro cobertizos* dotados con instalaciones eléctricas, servicio de agua potable, desagüe, todo esto implementado para garantizar la inocuidad en la preparación de alimentos, para ofrecer al turista productos alimenticios de calidad y con garantía de salubridad.



Fotografía # 03: Cobertizos Mirador Laguna de Yambo. (2015)

- *Un parqueadero* con capacidad para veinte y cinco autos livianos que podrán estacionar su automóvil durante un tiempo aproximado de treinta minutos, este parqueadero estará dotado con la señalización y la señalética del caso, este parqueadero servirá para los turistas que acuden al visitar el Mirador parqueen su vehículo de manera segura y confiable junto a la Vía Panamericana Norte.



Fotografía # 01: Parqueadero Mirador Laguna de Yambo. (2015)

- *Una tienda de artesanías* que ofrecerá a los visitantes del Mirador recuerdos y manufacturas relacionadas con la historia de la Laguna de Yambo además de otros servicios como son toma e impresión de fotografías en papel en jarros en vidrio etc.



Fotografía # 02: Tienda de Artesanías Mirador Laguna de Yambo. (2015)

- *Baterías Sanitarias* con capacidad para seis personas, tres baños adecuados para el uso de personas de género masculino y otros tres adecuados para el uso de personas de género masculino.



Fotografía # 04: Baterías Sanitarias Mirador Laguna de Yambo. (2015)

- *Cinco Visores Largavistas* ubicados en la parte frontal del Mirador, situados estratégicamente para brindar al turista una mejor experiencia de visita, al proponerle el uso de este novedoso artículo para que pueda disfrutar de mejor manera toda la riqueza natural que el Mirador Laguna de Yambo ofrece.



Fotografía # 05: Visores Larga-vistas Mirador Laguna de Yambo. (2015)

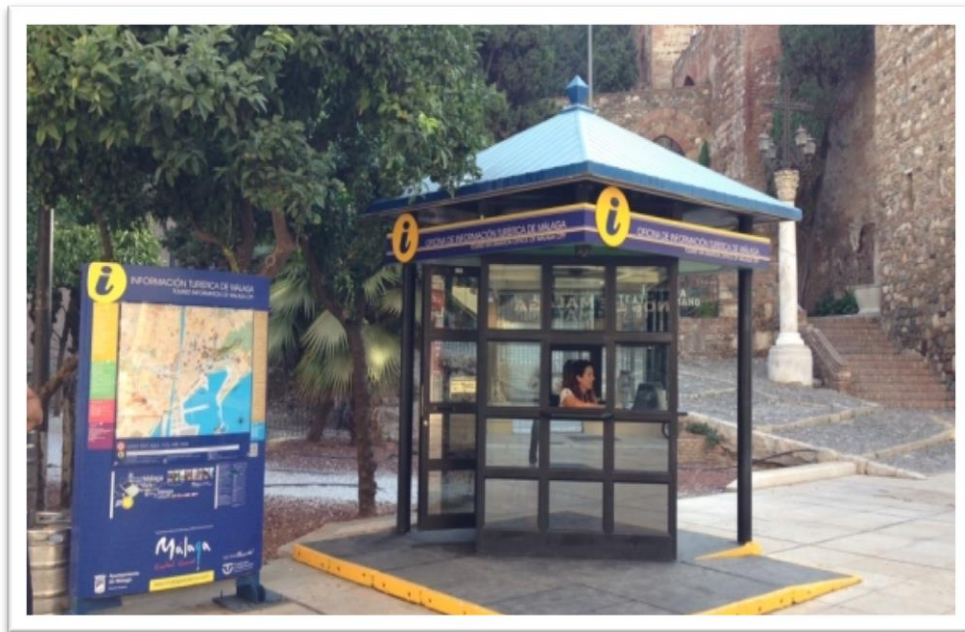


- *Servicio de transporte* a la Laguna de Yambo con choferes capacitados para brindar al turista información relacionada al atractivo además de promover la prolongación del tiempo de visita del turista haciendo que visite los otros atractivos que la parroquia Panzaleo posee como son las instalaciones de la Florícola Nevado Ecuador, el *Qapac Ñan* que significa “Camino del Inca”, y la visita a la iglesia de la Virgen de Santa Lucía protectora de la población de la parroquia.



Fotografía # 06: Transporte Turístico Mirador Laguna de Yambo. (2015)

- *Un Puesto de Información Turística* provisto de mapas, folletos, trípticos e información en general que sirvan al turista para ubicarse geográficamente mejor dentro del atractivo, que pueda tomar precauciones y anticiparse a la adquisición de los otros servicios turísticos que centro del Mirador Laguna de Yambo se ofrecen.



Fotografía # 07: Información Turística Mirador Laguna de Yambo. (2015)

### **6.10.2.- Modelo de Gestión**

Dentro de estas matrices se pueden encontrar funciones y responsabilidades detalladas para cada una de las áreas de servicio del Mirador Laguna de Yambo, así como de horarios de apertura y cierre.

### 6.10.2.1.- Cobertizos Área de Alimentos y Bebidas

Cobertizo N.- 01 (Alimentos y Bebidas)

			
		<p><i>Manual de Servicios del Mirador de la Laguna de Yambo cantón Salcedo.</i></p>	
<b>Nombre del Puesto :</b>		<b>Cobertizo # 01 (Choclos Habas con queso)</b>	
<b>Número de personas a Cargo:</b>		<b>Dos Personas</b>	
<b>Finalidad del Cargo :</b>	<b>y</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar platos típicos de la zona (habas con queso. choclos con queso, mote con chicharrón)</li> <li>• Ofertar al turista los alimentos que en el cobertizo se preparan</li> <li>• Mantener las instalaciones del Cobertizo limpias ordenadas y en óptimas condiciones.</li> </ul>	
<b>Funciones y Responsabilidades :</b>			
<b>Horario de apertura :</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Martes a Domingo (seis días a la semana)</li> <li>• De 12h00 a 19h00 (cuarenta horas a la semana)</li> </ul>	


Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

**Cobertizo N.- 02 (Alimentos y Bebidas)**

			
		<p><i>Manual de Servicios del Mirador de la Laguna de Yambo cantón Salcedo.</i></p>	
<b>Nombre del Puesto :</b>		<b>Cobertizo # 02 (Papas Fritas)</b>	
<b>Número de personas a Cargo:</b>		<b>Dos Personas</b>	
<b>Finalidad del Cargo :</b>  <b>Funciones y Responsabilidades :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar alimentos inocuos y de buena calidad.</li> <li>• Ofertar al turista los alimentos que en el cobertizo se preparan, (Comida Rápida)</li> <li>• Mantener las instalaciones del Cobertizo limpias ordenadas y en óptimas condiciones.</li> </ul>		
<b>Horario de apertura :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Martes a Domingo (seis días a la semana)</li> <li>• De 12h00 a 19h00 (cuarenta horas a la semana)</li> </ul>		

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

**Cobertizo N.- 03 (Alimentos y Bebidas)**

		
		<p><i>Manual de Servicios del Mirador de la Laguna de Yambo cantón Salcedo.</i></p>
<b>Nombre del Puesto :</b>		<b>Cobertizo # 03 (Fritada)</b>
<b>Número de personas a Cargo:</b>		<b>Dos Personas</b>
<p><b>Finalidad del Cargo :</b></p> <p><b>Funciones y Responsabilidades :</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar platos típicos de la zona (Fritada con mote y Chicharrón “Chugchucaras”)</li> <li>• Ofertar al turista los alimentos que en el cobertizo se preparan</li> <li>• Mantener las instalaciones del Cobertizo limpias ordenadas y en óptimas condiciones.</li> </ul>	
<b>Horario de apertura :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Martes a Domingo (seis días a la semana)</li> <li>• De 12h00 a 19h00 (cuarenta horas a la semana)</li> </ul>	

**Elaborado por:** AGUILAR Rubén (2015)

**Cobertizo N.- 04 (Alimentos y Bebidas)**

		
		<p><i>Manual de Servicios del Mirador de la Laguna de Yambo cantón Salcedo.</i></p>
<b>Nombre del Puesto :</b>		<b>Cobertizo # 04 (Helados de Salcedo)</b>
<b>Número de personas a Cargo:</b>		<b>Dos Personas</b>
<p><b>Finalidad del Cargo :</b></p> <p><b>Funciones y Responsabilidades :</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofertar al turista los famosos y muy apetecidos <i>Helados de Salcedo</i>, además del delicioso <i>Pinol</i>.</li> <li>• Mantener las instalaciones del Cobertizo limpias ordenadas y en óptimas condiciones.</li> </ul>	
<b>Horario de apertura :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Martes a Domingo (seis días a la semana)</li> <li>• De 12h00 a 19h00 (cuarenta horas a la semana)</li> </ul>	

**Elaborado por:** AGUILAR Rubén (2015)

**6.10.2.2.- Parqueadero**

			
		<p><i>Manual de Servicios del Mirador de la Laguna de Yambo cantón Salcedo.</i></p>	
<b>Nombre del Puesto :</b>		<b>Parqueadero</b>	
<b>Número de personas a Cargo:</b>		<b>Una Persona</b>	
<p><b>Finalidad del Cargo :</b></p> <p><b>Funciones y Responsabilidades :</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Cuidar la integridad de los autos que el parqueadero del Mirador se ubiquen.</b></li> <li>• <b>Brindar al turista información acerca del Mirador y los servicios que ofrece.</b></li> <li>• <b>Garantizar al turista el bienestar de sus pertenencias mientras hace uso de los servicios del Mirador.</b></li> </ul>		
<b>Horario de apertura :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Martes a Domingo (seis días a la semana)</b></li> <li>• <b>De 12h00 a 19h00 (cuarenta horas a la semana)</b></li> </ul>		

**Elaborado por:** AGUILAR Rubén (2015)



6.10.2. 3.- Tienda de Artesanías

	 <p><i>Manual de Servicios del Mirador de la Laguna de Yambo cantón Salcedo.</i></p>
<p><b>Nombre del Puesto :</b></p>	<p><b>Tienda de Artesanías</b></p>
<p><b>Número de personas a Cargo:</b></p>	<p><b>Dos Personas</b></p>
<p><b>Finalidad del Cargo :</b></p> <p><b>Funciones y Responsabilidades :</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofertar al turista las artesanías y manufacturas que en el Mirador Laguna de Yambo se confeccionan.</li> <li>• Brindar al turista información acerca del Mirador y los servicios que ofrece.</li> <li>• Preguntar al turista acerca del cumplimiento de sus expectativas con relación al Mirador.</li> </ul>
<p><b>Horario de apertura :</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Martes a Domingo (seis días a la semana)</li> <li>• De 12h00 a 19h00 (cuarenta horas a la semana)</li> </ul>

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

**6.10.2.4.- Baterías Sanitarias**

			
		<p><i>Manual de Servicios del Mirador de la Laguna de Yambo cantón Salcedo.</i></p>	
<b>Nombre del Puesto :</b>		<b>Baterías Sanitarias</b>	
<b>Número de personas a Cargo:</b>		<b>Una Persona</b>	
<b>Finalidad del Cargo :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener las instalaciones de las baterías sanitarias en total pulcritud, todo el tiempo</li> <li>• Brindar al turista información acerca del Mirador y los servicios que ofrece.</li> <li>• Conservar las instalaciones sanitarias dotadas de papel higiénico jabón, gel antisépticos etc., todo el tiempo</li> </ul>		
<b>Funciones y Responsabilidades :</b>			
<b>Horario de apertura :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Martes a Domingo (seis días a la semana)</li> <li>• De 12h00 a 19h00 (cuarenta horas a la semana)</li> </ul>		

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

6.10.2.5.- Visores Larga vistas

			
		<p><i>Manual de Servicios del Mirador de la Laguna de Yambo cantón Salcedo.</i></p>	
<b>Nombre del Puesto :</b>		<b>Cuidador Visores Larga vistas</b>	
<b>Número de personas a Cargo:</b>		<b>Una Persona</b>	
<b>Finalidad del Cargo :</b>	y	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidar los visores larga vistas del Mirador.</li> <li>• Brindar al turista información acerca del Mirador y los servicios que ofrece.</li> <li>• Conservar las instalaciones bien cuidadas y limpias durante todo el tiempo.</li> </ul>	
<b>Funciones y Responsabilidades :</b>			
<b>Horario de apertura :</b>	y	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Martes a Domingo (seis días a la semana)</li> <li>• De 12h00 a 19h00 (cuarenta horas a la semana)</li> </ul>	
<b>Horario de apertura :</b>			

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

**6.10.2.6.- Servicio de Transporte**

 	 <p><i>Manual de Servicios del Mirador de la Laguna de Yambo cantón Salcedo.</i></p>
<p><b>Nombre del Puesto :</b></p>	<p><b>Servicio de Transporte</b></p>
<p><b>Número de personas a Cargo:</b></p>	<p><b>Doce Personas</b></p>
<p><b>Finalidad del Cargo :</b></p> <p><b>Funciones y Responsabilidades :</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ofertar a los visitantes recorridos, por la Florícola Nevado Ecuador, la Iglesia de santa Lucía, la Laguna de Yambo, etc.</b></li> <li>• <b>Brindar al turista información acerca del Mirador y los servicios que ofrece.</b></li> <li>• <b>Transportar a los turistas y pobladores de yambo de una manera rápida amble y al precio justo.</b></li> </ul>
<p><b>Horario de apertura :</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Todos los días de la semana.</b></li> </ul>

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

**6.10.2.7.- Información Turística**

 	 <p><i>Manual de Servicios del Mirador de la Laguna de Yambo cantón Salcedo.</i></p>
<p><b>Nombre del Puesto :</b></p>	<p><b>Información Turística</b></p>
<p><b>Número de personas a Cargo:</b></p>	<p><b>Tres Personas</b></p>
<p><b>Finalidad del Cargo :</b></p> <p><b>Funciones y Responsabilidades :</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar al turista acerca de la historia de la Laguna de Yambo, información geográfica y política del sector.</li> <li>• Incentivar al turista a hacer uso de los otros servicios que el mirador ofrece.</li> <li>• Obsequiar trípticos y mapas de la zona a los turistas que arriban.</li> </ul>
<p><b>Horario de apertura :</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Martes a Domingo (seis días a la semana)</li> <li>• De 12h00 a 19h00 (cuarenta horas a la semana)</li> </ul>

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

### 6.10.3.- Uniformes

Los uniformes que a continuación se muestran son propuestos acorde al contexto ambiental y a la funcionalidad que deben brindar al momento de efectuar la prestación de servicios dentro del Mirador Laguna de Yambo, se proponen de color verde porque éste representa la naturaleza y es coherente con el paisaje que disfruta el visitante del Mirador, contarán además se ubicará en el pecho a la altura del pectoral izquierdo el Logotipo del Cantón Salcedo a donde pertenece políticamente la parroquia Panzaleo.

Camisetas: Serán de color negro que denota sobriedad, seriedad y elegancia, y serán decoradas además con el color del que serán confeccionadas las demás prendas, esta camiseta se acoplan a los requerimientos que exigen la prestación de servicios turísticos.



Fotografía # 08: Camiseta Uniforme de Trabajo Mirador Laguna de Yambo (2015)

Pantalón: Serán de jean color azul oscuro, para que guarde concordancia con las demás prendas y para que den al visitante un aire de familiaridad con el turista que viste por lo general de la misma forma.



Fotografía # 09: Jean Uniforme de Trabajo Mirador Laguna de Yambo (2015)

Gorros y delantales: (Alimentos y Bebidas): Confeccionados en tela de gabardina para minimizar el efecto que cualquier accidente dentro de los cubículos pueda suceder y de color verde que representa la naturaleza.



Fotografía # 10: Gorro y Delantal Uniforme de Trabajo (Alimentos y Bebidas) Mirador Laguna de Yambo (2015)

Gorra: De color verde manzana para que combine con las demás prendas y de buen material para que ayuden a los prestadores de servicios a enfrentar de manera más práctica la inclemencias del clima en el Mirador.



Fotografía # 11: Gorro Uniforme de Trabajo Mirador Laguna de Yambo (2015)





Fotografía # 12: Uniforme de Trabajo Mirador Laguna de Yambo (2015)

Calzado: El calzado con el que contarán los prestadores de servicios en el Mirador son escogidos cumpliendo varios parámetros de seguridad y tomando en cuenta las actividades que se van a desarrollar serán cómodos para facilitar la prestación de los servicios y para evitar cualquier deterioro de la salud de los trabajadores.



Fotografía # 13: Calzado de Trabajo Mirador Laguna de Yambo (2015)

#### **6.10.4.- Gestión del Mirador Laguna de Yambo**

Para una mejor organización y gestión del Mirador Laguna de Yambo se cree necesario constituir una asociación de prestadores de servicios en el Mirador Laguna de Yambo, para socializar de manera más práctica y efectiva los cambios que en el Mirador se podrían efectuar, además de constituir una organización legal que busca el reconocimiento de las autoridades para exigir sus derechos como gestores del aprovechamiento responsable de un atractivo en busca de la mejora de la economía de la parroquia Panzaleo, se podrá definir que estrategias nuevas se deben implementar así como que cambios en cuanto a los servicios ofertados se pueden efectuar para optimizar la manera en cómo se prestan los mismos.

**Administración:** Para la gestión de este repotencializado Mirador de contará con un profesional del Turismo quien se encargará de asistir durante seis días de la semana al Mirador de la Laguna de Yambo para controlar el uso de los visores larga-vistas. Este administrador estará a cargo del control del Mirador así como de la gestión que se realice dentro del mismo en coordinación con el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Salcedo.

#### **6.10.5.- Especificaciones Técnicas**

##### **Servicio de alquiler de larga-vistas:**

Las características y diseño de la montura influyen decisivamente en la resistencia del prismático frente a las condiciones ambientales (lluvia, frío intenso, etc.) y en la mayor o menor comodidad de manejo (ergonomía). Las monturas de calidad normal vienen engomadas exteriormente, para facilitar el agarre y ofrecer cierta protección frente a la lluvia.

Las monturas de más alta calidad son herméticas al agua y al polvo, y las cámaras internas vienen rellenas de gas nitrógeno, a fin de que no se produzca empañamiento interior a temperaturas bajo cero.

La calidad de las lentes es esencial en el rendimiento óptico de un prismático. De entrada, deben desecharse los prismáticos con lentes denominados “orgánicos”, fabricados con plásticos o productos similares, pues a largo plazo su rendimiento óptico tiende a disminuir notablemente (aunque son más económicos). Las lentes minerales son, en consecuencia, primer signo de calidad de un binocular, y los distintos tratamientos y precisión de diseño aplicados por el fabricante incrementan acusadamente su rendimiento. En general, para prismáticos de cierta calidad, deben exigirse lentes "multitratadas" y/o "asféricas", procesos de fabricación que mejoran la calidad de la lente y se traducen en una mayor nitidez, luminosidad y transmisión del color. Algunos modelos modernos de prismáticos de uso astronómico utilizan incluso lentes de fluorita, material que minimiza las distorsiones ópticas y de color de la imagen.

(Infoagro, 2015)

## **CARACTERÍSTICAS**

Un diseño óptico, lentes con capas múltiples de la capa

- Binocular, amplio ángulo de visión
- x20, x25, x30, 3 opciones de ampliación se puede elegir y establecer conforme al lugar situado
- Distancia de enfoque 25 M-infinito
- De enfoque libre y fácil de ver para cualquier distancia
- De 80mm de diámetro del objetivo con el factor crepúsculo de alta y está disponible en la visualización de día o de noche y de alta calidad de imagen
- Cristal de protección impide la destrucción

- Cuerpo de aleación
- Tres capas de recubrimiento - resistentes a la decoloración, descamación astillado, grietas y oxidación
- El tiempo de visión ajustable (30 a 180 de la SEC)
- Obturador duración 0 - 03.05 min
- Batería de larga duración
- Fuente de alimentación 1.5vx2 (3AAAx2) duración de la batería de 6 meses
- El ángulo de inclinación se puede girar en 360 en horizontal y 30, -45 verticalmente
- Altura a 140cm del ocular o 160cm
- Azimut 360 del ángulo de inclinación 30, -45
- Dimensiones (largo) 42 x 35 x 145cm
- 3 años de garantía
- El plazo de entrega 30 días

→ *Desde US\$2,176*

(heritagedestination, 2015)

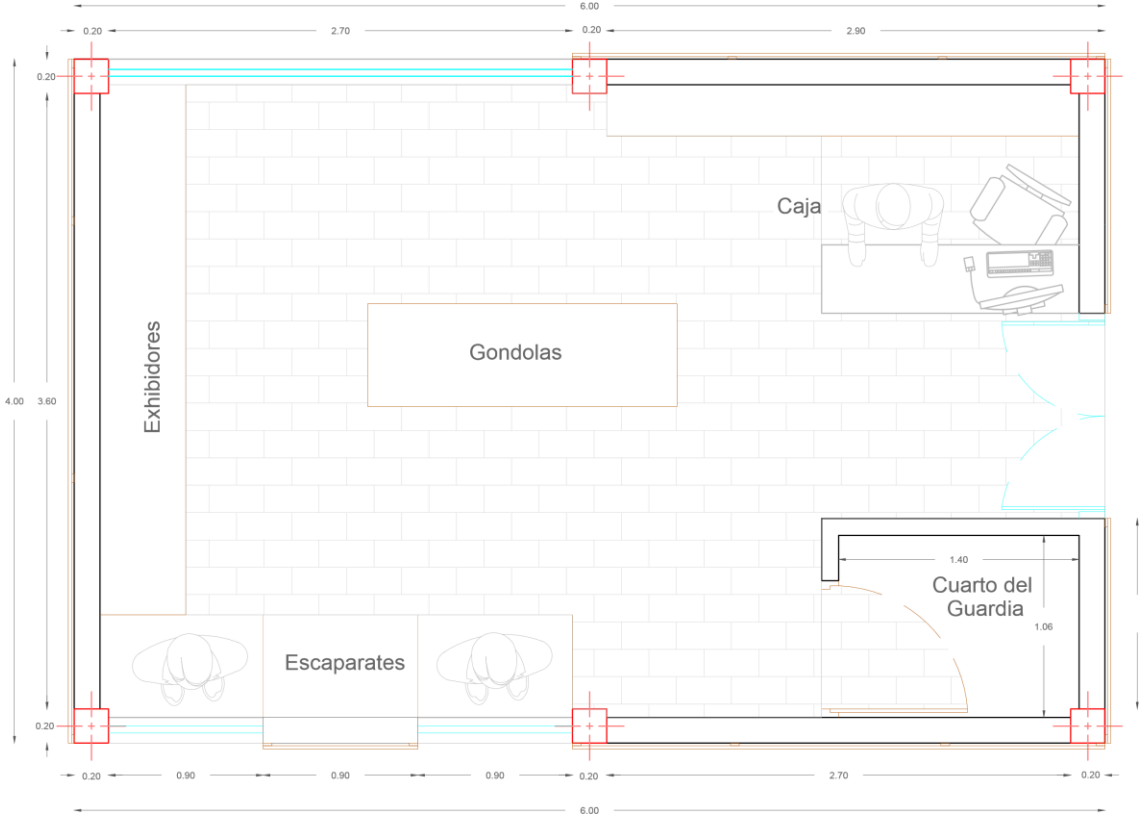
### 6.10.5.1.- Especificaciones Técnicas (Planos)

#### Facilidades Turísticas Mirador Laguna de Yambo



Fotografía # 14: Plano Facilidades Turísticas Mirador Laguna de Yambo (2015)

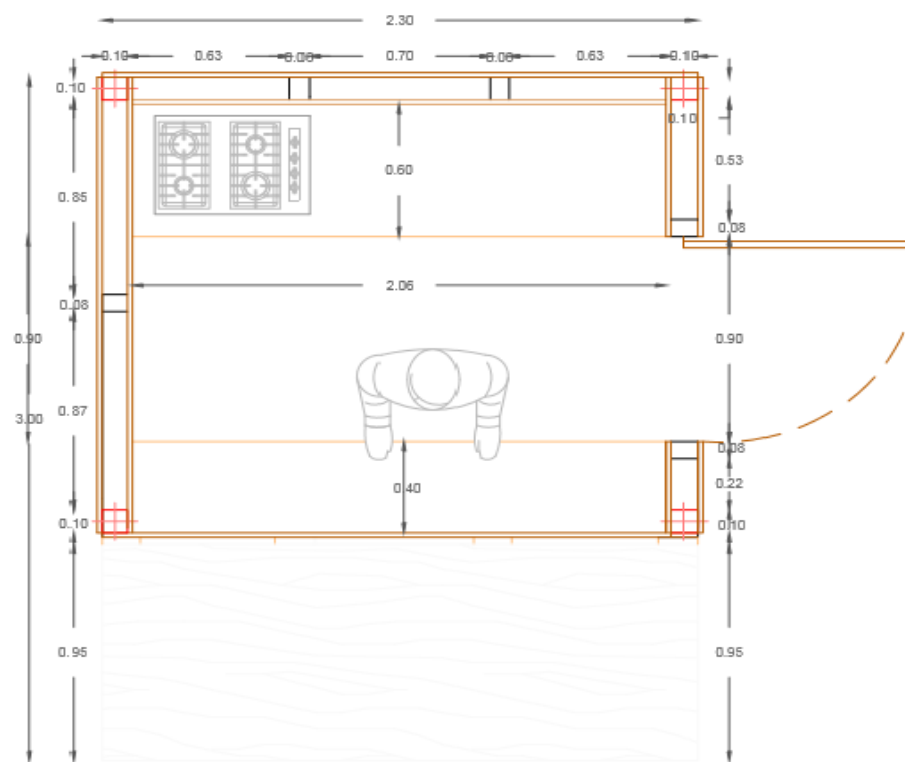
# Tienda de Suvenires



Fotografía # 15: Plano Tienda de Suvenires (2015)

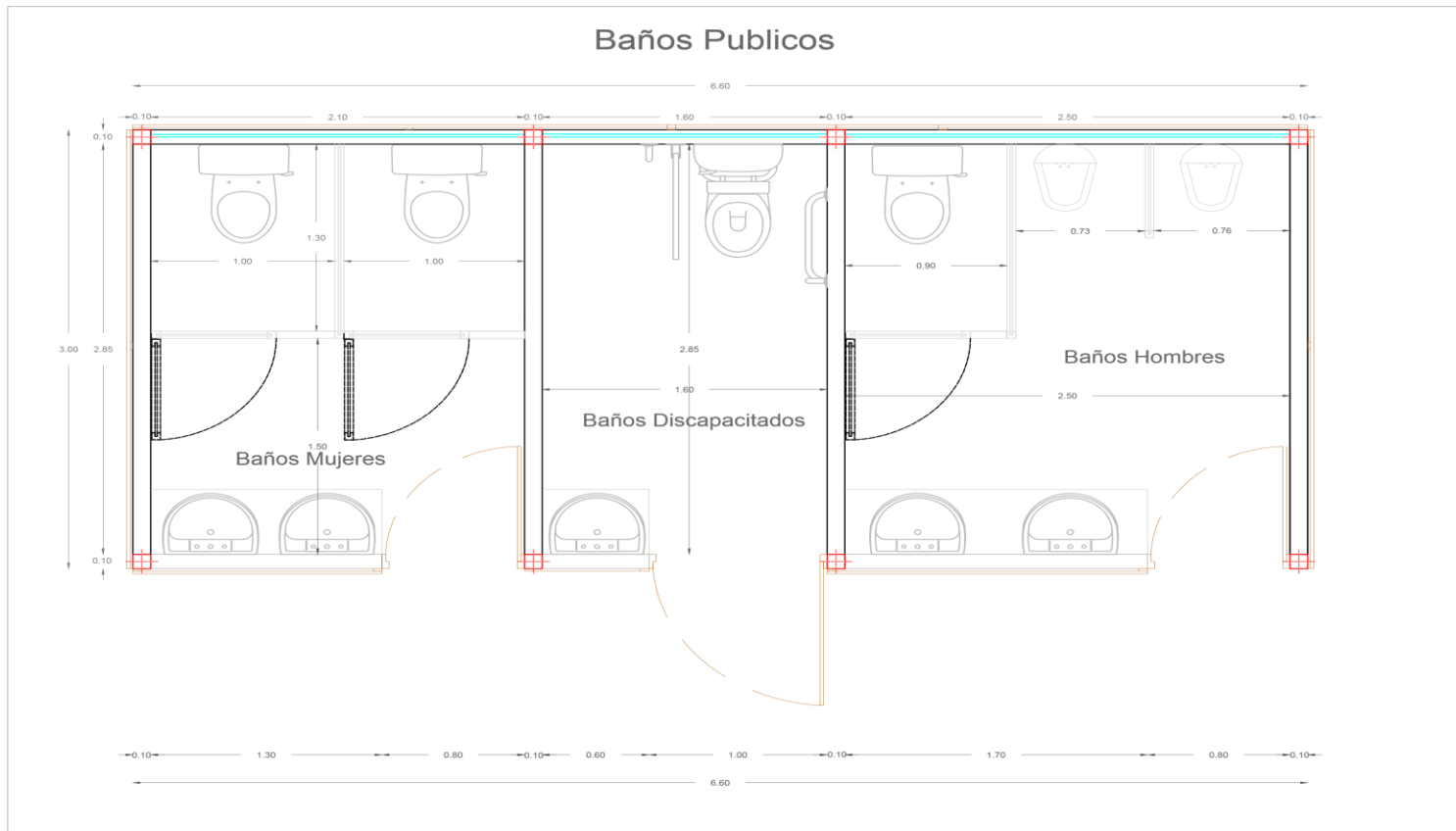
## Cubículos Alimentos y Bebidas

### Cubículos de Venta



Fotografía # 16: Plano Cubículos Alimentos y Bebidas (2015)

## Baños



Fotografía # 17: Planos Baños (2015)



### 6.10.6.- Rubros

Tabla # 24: Rubros Cubículos Alimentos y Bebidas

CUBICULO DE VENTA				
Nº	RUBRO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	TOTAL \$
1	PALETS DE MADERA	9	3	27
2	PLANCHA DE MDP	3	45	135
3	TABIQUES DE MADERA DE (0.10X0.10X2.55)	4	10	40
4	TABIQUES DE MADERA DE (0.10X0.10X3.00)	4	10	40
5	TABIQUES DE MADERA DE (0.10X0.10X2.00)	4	10	40
6	TABIQUES DE MADERA DE (0.10X0.05X2.55)	4	10	40
7	IMPERMEAVILIZADOR	1	40	40
9	MUEBLES DE COCINA ALTOS	1	50	50
10	MUEBLES DE COCINA BAJOS	1	50	50
11	PLANCHA DE (1.00X1.50)	1	20	20
12	COCINA DE INDUCCION 3 QUEMADORES	1	350	350
7	VARIOS			
	VISAGRAS			
	CHAPAS DE ALUMINIO CON MANIJA			
	ENTRE OTROS			
	TOTAL			100
<b>TOTAL</b>				<b>932</b>

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

### 6.10.6.2.- Tienda de Suvenires

Tabla # 25: Rubros Tienda de Suvenires

#### TIENDA DE SOUVENIRS

N°	RUBRO	PRECIO		TOTAL
		CANTIDAD	UNITARIO \$	\$
1	LADRILLOS 30X20X10 cm TABIQUES DE MADERA 20x	400	0,21	84
2	20x2,40 cm TABIQUES DE MADERA	6	30	180
3	0.10X0.15X6 m	12	20	240
4	PLANCHA DE MDP VENTANAS CON VIDRIO	4	45	180
5	TEMPLADO VENTANAS CON PERFILES DE	1	600	600
6	ALUMINIO	2	250	500
7	PUERTA DE VIDRIO TEMPLADO	1	900	900

8 IMPERMEABILIZADOR	1	200	200
9 TIRAS DE PALETS	300	0,3	90
10 CERAMICA 40 X 40 cm	24 m2	9,5	228
11 PUERTA DE MADERA 0.80X2.10 m	1	80	80
12 VARIOS			
CEMENTO			
TUERCAS			
RODELAS			
LAMPARAS			
CABLE ELECTRICO			
TOMA CORRIENTES			
INTERRUPTORES			
ENTRE OTROS			
TOTAL			350
		<b>TOTAL</b>	<b>3632</b>

**Elaborado por:** AGUILAR Rubén (2015)

### 6.10.6.3.- Baños Públicos

Tabla # 26: Rubros Baños Públicos

#### BAÑOS PUBLICOS

Nº	RUBRO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	TOTAL \$
1	LADRILLOS 30X20X10 cm	400	0,21	84
2	TABIQUES DE MADERA 20x 20x2,40 cm	6	30	180
3	TABIQUES DE MADERA 0.10X0.15X6 m	12	20	240
4	PLANCHA DE MDP	4	45	180
5	VENTANAS CON PERFIL DE ALUMINIO	3	120	360
6	PUERTAS DE MADERA	3	90	270
7	LAVAMANOS	5	120	600
8	INODOROS	5	150	750
9	MIJTORIOS	2	120	240
10	DIVISORES DE ESPACIOS DE ACERO INOX	3	100	300
11	IMPERMEABILIZADOR	1	200	200
12	TIRAS DE PALETS	600	0,3	180
13	VARIOS			

CEMENTO	
TUERCAS	
RODELAS	
LAMPARAS	
CABLE ELECTRICO	
TOMA CORRIENTES	
INTERRUPTORES	
GRIFERIA	
TUVOS PVC	
EMPAQUES	
ANILLOS DE CERA	
ENTRE OTROS	
TOTAL	800

<b>TOTAL</b>	<b>4384</b>
--------------	-------------

**Elaborado por:** AGUILAR Rubén (2015)

#### 6.10.6.4.- Parqueadero

Tabla # 27: Rubros Parqueaderos

<b>PARQUEADEROS</b>				
<b>N°</b>	<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO \$</b>	<b>TOTAL \$</b>
1	PINTURA AMARILLA	1	15	15
2	CINTA MASKING	6	1	6
3	PINTURA BLANCA	1	15	15
4	BROCHAS	2	2	4
5	SOPLETES	2	12	24
<b>TOTAL</b>				<b>64</b>

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

### 6.10.6.5.- Leyenda Informativa

Tabla # 28: Rubros Leyenda Informativa

#### LEYENDA INFORMATIVA

N°	RUBRO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	TOTAL \$
1	LADRILLOS 30X20X10 cm	40	0,21	8,4
2	PLANCHA DE MDP	1	45	45
3	PERFIL DE ALUMINIO	4	30	120
4	PANEL IMPRESO	200	1	200
5	TUERCAS			
6	RODELAS			
7	LAMPARAS			
8	CABLE ELECTRICO			
9	TOMA CORRIENTES			150
10	INTERRUPTORES			
<b>TOTAL</b>				<b>523,4</b>

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

### 6.10.6.6.- Basureros

Tabla # 29: Rubros Basureros

#### BASUREROS DE RECICLAJE

N°	RUBRO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	TOTAL \$
1	VETEDEROS DE METAL	3	28	84
2	PLANCHA DE MDP	1	45	45
3	PERFIL DE ALUMINIO	8	30	240
4	PANEL IMPRESO	1	80	80
5	TUERCAS			
6	RODELAS			
7	LAMPARAS			
8	CABLE ELECTRICO			
			<b>TOTAL</b>	<b>449</b>

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)



### 6.10.6.7.- Visores

Tabla # 30: Rubros Visores Largavistas

#### VISORES LARGAVISTAS

N°	RUBRO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	TOTAL \$
1	VISORES	4	2176	8704
2	ANCLAS	4	45	45
<b>TOTAL</b>				<b>8749</b>

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

### 6.10.6.8.- COSTO TOTAL

Tabla # 31: Costo Total Facilidades Turísticas

#### COSTO TOTAL

N°	RUBRO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO \$	TOTAL \$
1	CUBICULOS DE VENTAS	1	932	932
2	TIENDA DE SUVENIRES	1	3632	3632
3	BAÑOS	1	384	384
4	PAQUEADEROS	1	64	64
5	ROTULOS INFORMATIVOS	1	523,4	523,4
6	BASUREROS	1	449	449
7	VISORES	1	8749	8749
8	MANO DE OBRA (50%)	1	7366,6	7366,6
			<b>TOTAL</b>	<b>22100</b>

Elaborado por: AGUILAR Rubén (2015)

## BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

definicion.de. (20 de mayo de 2015). *definicion.de*. Obtenido de definicion.de:  
<http://definicion.de/analisis/>

ACUÑA, J. (2014). *Marketing turístico para la captación de nuevos clientes en el parque nacional Llanganates*. Ambato: Repositorio UTA.

Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución Política del Ecuador*. Quito.

Asamblea Constituyente. (2008). *Ley de Turismo del Ecuador*. Quito.

Asamblea Constituyente. (2008). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Quito.

Bligoo Destinos y Productos Turísticos. (03 de Febrero de 2015).

*destinosyproductosturisticosdelmundo.bligoo.com.mx*. Obtenido de  
[destinosyproductosturisticosdelmundo.bligoo.com.mx](http://destinosyproductosturisticosdelmundo.bligoo.com.mx):  
(<http://destinosyproductosturisticosdelmundo.bligoo.com.mx/oferta-y-demanda-turistica#.VNEBH1O5GZQ>)

blogspot. (20 de mayo de 2015). *destinoturistico.blogspot.com/*. Obtenido de amip--  
[destinoturistico.blogspot.com](http://amip--destinoturistico.blogspot.com): <http://amip--destinoturistico.blogspot.com/2010/05/visitantes.html>

BuenasTareas. (03 de Febrero de 2015). *www.buenastareas.com*. Obtenido de  
[www.buenastareas.com](http://www.buenastareas.com): (<http://www.buenastareas.com/ensayos/Mercado-Turistico/1447003.html>)

Buitrón, F. (1992). Publicación ALADI. *Publicación Comité de Representantes ALADI* (pág. 8). Quito: aladi.org.

- CEIBAL. (31 de Enero de 2015). *www.ceibal.edu.uy*. Obtenido de *www.ceibal.edu.uy*:  
[http://www.ceibal.edu.uy/contenidos/areas\\_conocimiento/mat/estadistica/qu\\_es\\_la\\_estadistica.html](http://www.ceibal.edu.uy/contenidos/areas_conocimiento/mat/estadistica/qu_es_la_estadistica.html)
- DefiniciónABC. (03 de Febrero de 2015). *www.definicionabc.com*. Obtenido de *www.definicionabc.com*:  
(<http://www.definicionabc.com/general/turismo.php#ixzz3QhaHtl5L>)
- Departamento de Matemática Universidad de Atacama. (31 de Enero de 2015).  
*www.mat.uda.cl*. Obtenido de *www.mat.uda.cl*:  
<http://www.mat.uda.cl/hgomez/Apuntes/Estad%C3%ADstica%20Descriptiva%20I.pdf>
- Dialnet. (03 de Febrero de 2015). *dialnet.unirioja.es*. Obtenido de *dialnet.unirioja.es*:  
([dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2929463.pdf](http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2929463.pdf))
- Diario "El Hoy". (16 de Enero de 2008). *explored.com.ec*. Obtenido de *www.explored.com.ec*:  
*www.explored.com.ec*
- ECHEVERRÍA, A. (2014). *El producto turístico y su influencia en el volumen de ventas del Grupo Turístico Montselva*. Ambato: Repositorio UTA.
- Google Earth. (14 de Mayo de 2015). *www.google.es*. Obtenido de *www.google.es*:  
[www.google.es/intl/es\\_es/earth/explore/products/](http://www.google.es/intl/es_es/earth/explore/products/):  
[https://www.google.es/intl/es\\_es/earth/explore/products/](https://www.google.es/intl/es_es/earth/explore/products/)
- heritagedestination. (23 de Junio de 2015). *heritagedestination.com*. Obtenido de *www.heritagedestination.com*: <http://www.heritagedestination.com/sp---digifox-dfn2.aspx>
- HUASCO, D. (2013). *Técnicas de difusión y su aporte en la promoción de productos y servicios gastronómicos para el Restaurante Paradise*. Ambato: Repositorio UTA.

- Infoagro. (23 de Junio de 2015). *infoagro.com*. Obtenido de [www.infoagro.com](http://www.infoagro.com):  
[http://www.infoagro.com/instrumentos\\_medida/doc\\_prismaticos\\_binoculares.asp?k=75](http://www.infoagro.com/instrumentos_medida/doc_prismaticos_binoculares.asp?k=75)
- Instituto Nacional Estadísticas y Censos Argentina. (31 de Enero de 2015).  
*www.indec.mecon.ar*. Obtenido de [www.indec.mecon.ar](http://www.indec.mecon.ar):  
(<http://www.indec.mecon.ar/ftp/cuadros/economia/turismo.pdf>)
- McGraw-Hill Interamericana de España, SL. (03 de Febrero de 2015). *www.mcgraw-hill.es*.  
Obtenido de [www.mcgraw-hill.es](http://www.mcgraw-hill.es): (<http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448148878.pdf>)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Perú. (03 de Febrero de 2015).  
*www.mincetur.gob.pe*. Obtenido de [www.mincetur.gob.pe](http://www.mincetur.gob.pe):  
<http://www.mincetur.gob.pe/turismo/ESTADISTICA/terminologia.htm>
- Ministerio de Industrias. (23 de Junio de 2015). *industrias.gob.ec*. Obtenido de  
[www.industrias.gob.ec](http://www.industrias.gob.ec): [http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/23\\_2012\\_Boletin\\_Artesanias\\_y\\_Joyas\\_de\\_expo\\_rtaicion.pdf](http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/23_2012_Boletin_Artesanias_y_Joyas_de_expo_rtaicion.pdf)
- Ministerio de Turismo. (06 de Agosto de 2014). *turismo.gob.ec*. Obtenido de  
[www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec): <http://www.turismo.gob.ec>
- Monografías.com. (31 de Enero de 2015). *www.monografias.com*. Obtenido de  
[www.monografias.com](http://www.monografias.com): <http://www.monografias.com/trabajos84/estadisticas-basicas-turismo/estadisticas-basicas-turismo.shtml>
- OMT. (2014).
- Organización Mundial del Turismo OMT. (03 de Febrero de 2015). *media.unwto.org*.  
Obtenido de [media.unwto.org](http://media.unwto.org): (<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>)

PAREDES, S. (2009). *El incremento de paquetes turísticos en la agencia de viajes Paraiso Travel*. Ambato: Repositorio UTA.

promonegocios. (20 de mayo de 2015). *promonegocios.net*. Obtenido de [www.promonegocios.net: http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html](http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html)

Significados. (20 de mayo de 2015). *significados.com*. Obtenido de [www.significados.com: http://www.significados.com/producto/](http://www.significados.com/producto/)

Statistics and Tourism Satellite Account World Tourism Organization Network. (31 de Enero de 2015). *statistics.unwto.org*. Obtenido de [tatistics.unwto.org: http://statistics.unwto.org/es/content/compendio-de-estadisticas-de-turismo](http://statistics.unwto.org/es/content/compendio-de-estadisticas-de-turismo)

Universidad Complutense de Madrid. (07 de Febrero de 2015). *pendientedemigracion.ucm.es*. Obtenido de [pendientedemigracion.ucm.es: http://pendientedemigracion.ucm.es/info/revesco/txt/REVESCO%20N%2099.4%20Tomas%20LOPEZ,%20Sandra%20SANCHEZ.htm](http://pendientedemigracion.ucm.es/info/revesco/txt/REVESCO%20N%2099.4%20Tomas%20LOPEZ,%20Sandra%20SANCHEZ.htm)

Wordreference. (20 de mayo de 2015). *wordreference.com*. Obtenido de [www.wordreference.com: http://www.wordreference.com/definicion/an%C3%A1lisis](http://www.wordreference.com/definicion/an%C3%A1lisis)

## ANEXOS



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



**ENCUESTA PARA ANALIZAR EL FLUJO DE VISITANTES EN EL MIRADOR**  
**“LAGUNA DE YAMBO” Y SU REPERCUSIÓN EN LA GENERACIÓN DE**  
**PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA PANZALEO CANTÓN SALCEDO**

**Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de tesis en la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

Sexo: F\_\_\_\_ M\_\_\_\_ Edad:

*SEÑALE LAS OPCIONES DE RESPUESTA QUE USTED CONSIDERE*

1. ¿De qué lugar Ud. procede?
2. ¿Hacia dónde se dirige o cuál es su destino final?
3. ¿Cuánto tiempo se queda admirando el paisaje?

5 min.\_\_\_\_ 10 min.\_\_\_\_ 15min.\_\_\_\_ 20min.\_\_\_\_ +20min.\_\_\_\_

4. ¿Cuántas veces ha visitado Ud. este sector?

Primera Vez\_\_\_\_\_ Ocasionalmente\_\_\_\_\_ Siempre\_\_\_\_\_

5. ¿Piensa usted que es necesario que en el lugar existan otros servicios?

SI

NO

6. ¿Al retirarse del Mirador adquiere alguno de los recuerdos o artesanías que se ofertan?

SI

NO

7. ¿Los recuerdos o artesanías que se comercializan en el lugar le parecen?

Únicos\_ Interesantes\_ Comunes y Corrientes\_ Nada Llamativos\_ Caros\_ Baratos\_

8. ¿La calidad de los alimentos y bebidas que se ofertan en el lugar son?

Muy Buena\_\_\_\_ Buena\_\_\_\_ Mala\_\_\_\_ Muy Mala\_\_\_\_

9. ¿Qué servicio adicional piensa Ud. que hace falta en el lugar?

Servicios Higiénicos\_\_ Servicios de Información\_\_ Tienda de  
Artesanías\_\_ Restaurante\_\_\_\_ Cafetería\_\_\_\_ Largavistas\_\_\_\_  
OTROS\_\_\_\_\_

10. ¿Qué expectativa le generó el conocer este lugar?



Muy Buena\_\_\_\_ Buena\_\_\_\_ Mala\_\_\_\_ Muy Mala\_\_\_\_

¡Muchas gracias por su amable colaboración!



Fotografía # 18: Laguna de Yambo. (2015)



Fotografía # 19: Ubicación Geográfica Laguna de Yambo (Google Maps). (2015)



Fotografía # 20: Mirador Laguna de Yambo. (2015)



Fotografía # 21 Vía Panamericana Norte (Sector Laguna de Yambo). (2015)



Fotografía # 22: Turista admirando el paisaje de la Laguna de Yambo. (2015)



Fotografía # 23: Baños y Parques Vista Norte-Sur (2015)



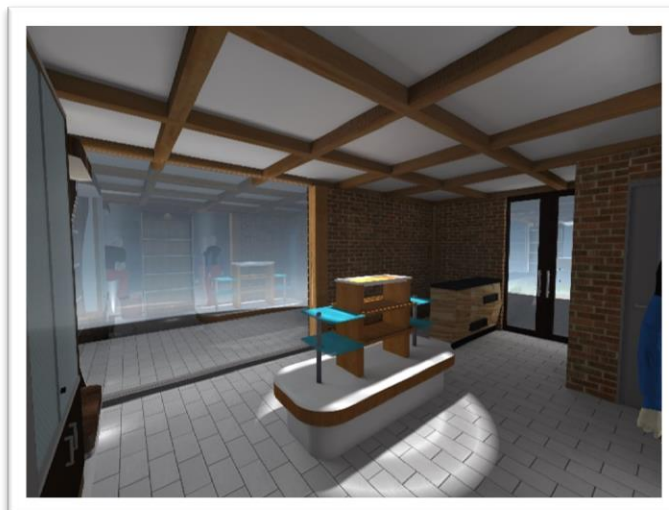
Fotografía # 24: Leyenda Informativa y Baños *Vista Norte-Sur* (2015)



Fotografía # 25: Visores Largavistas y Basureros *Vista Norte-Sur* (2015)



Fotografía # 26: Cubículos y Cliente *Vista Norte-Sur* (2015)



Fotografía # 27: Tienda de Suvenires *Vista Interior* (2015)



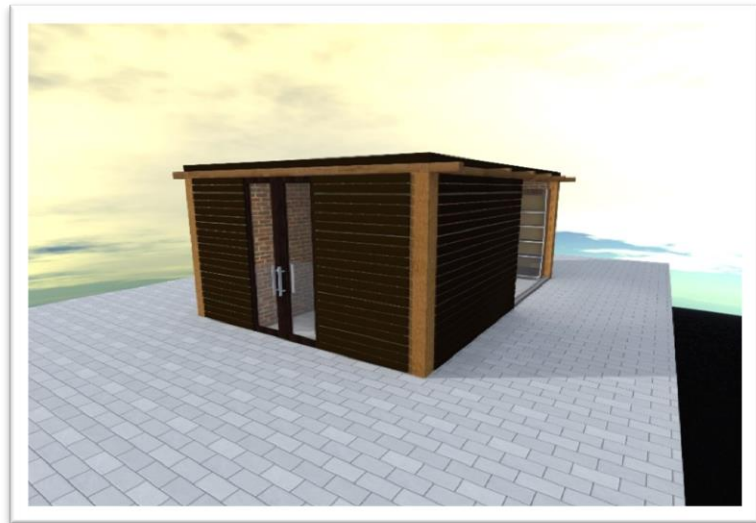
Fotografía # 29: Tienda de Suvenires *Vista Interior* (2015)



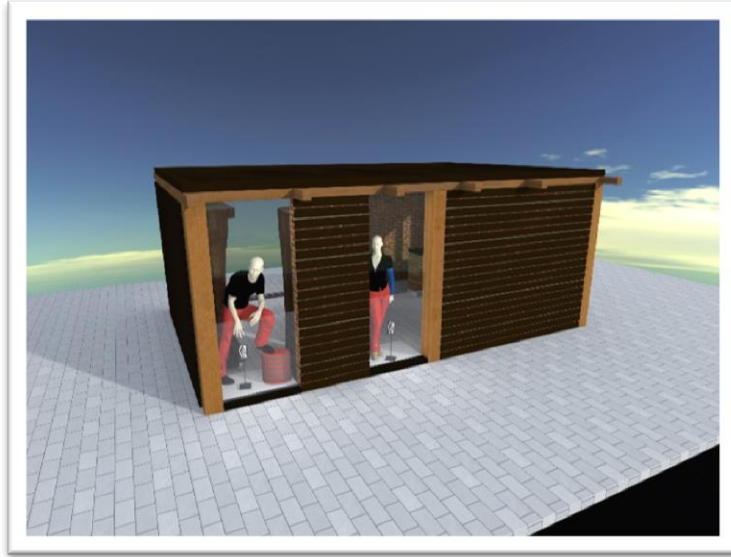
Fotografía # 29: Tienda de Suvenires *Vista Occidente-Oriente* (2015)



Fotografía # 30: Tienda de Suvenires *Vista Oriente-Occidente* (2015)



Fotografía # 31: Tienda de Suvenires *Vista Norte-Sur* (2015)



Fotografía # 32: Tienda de Suvenires *Vista Oriente-Occidente* (2015)



Fotografía # 33: Tienda de Suvenires *Vista Occidente-Oriente (Nocturna)* (2015)





Fotografía # 34: Baños *Vista Occidente-Oriente (Nocturna)* (2015)



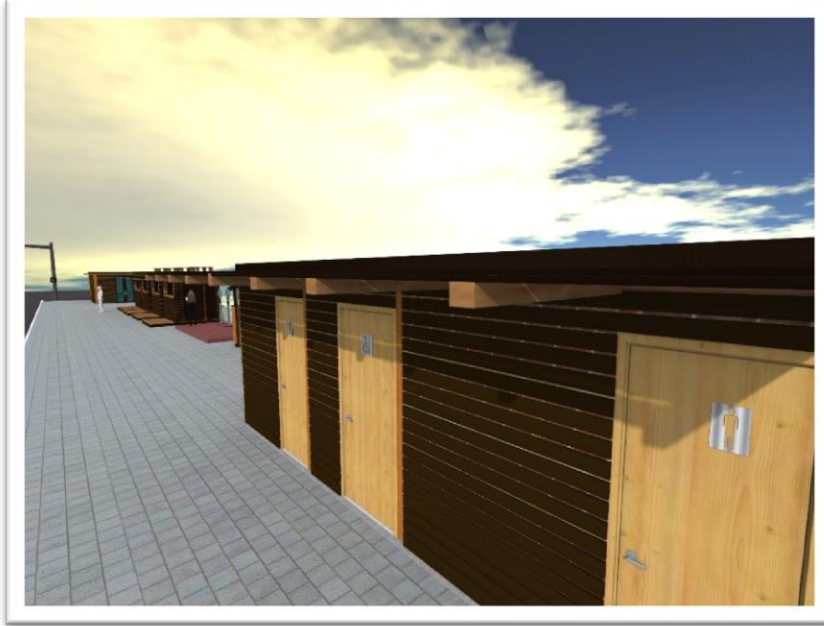
Fotografía # 35: Cubículos Alimentos y Bebidas *Vista Occidente-Oriente* (2015)



Fotografía # 36: Cubículos Alimentos y Bebidas Cerrado *Vista Occidente-Oriente* (2015)



Fotografía # 37: Cubículos Alimentos y Bebidas Abierto *Vista Occidente-Oriente* (2015)



Fotografía # 38: Baños, Cubículos, Tienda de Suvenires *Vista Sur*