



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN MENCIÓN TURISMO Y HOTELERÍA.**

TEMA:

**LA FALTA DE PROMOCIÓN DE LOS TOURS EXISTENTES
DENTRO DEL CASINO EMPERADOR, INCIDE EN LA OFERTA Y
LA DEMANDA DE LOS LUGARES TURÍSTICOS EN LA CIUDAD DE
AMBATO DURANTE EL PERIODO SEPTIEMBRE 2008 – ENERO
2009.**

AUTORA: Guachi Ninacuri Gladys Patricia.

**Ambato – Ecuador
2008 – 2009**

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

La comisión de estudio y calificación del Informe del Trabajo de Graduación, sobre el tema: “La Falta de Promoción de los Tours Existentes Dentro del Hotel Casino Emperador, Incide en la Oferta y la Demanda de los Lugares Turísticos en la Ciudad de Ambato Periodo Septiembre 2008 – Enero 2009”. Presentada por la Srta. Gladis Patricia Guachi Ninacuri, egresada de la Carrera Turismo y Hotelería, promoción Septiembre 2008 – Enero 2009, una vez revisado el Trabajo de Graduación, considera que dicho informe investigativo reúne los requisitos básicos y reglamentarios establecidos.

Por lo tanto se autoriza la presentación ante el Organismo pertinente, para los trámites consiguientes.

LA COMISIÓN

LCDA. ALEXANDRA GALARZA

DR. CARLOS BUSTOS

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

Yo, Dr. Aníbal Jara, en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación, sobre el Tema: “La Falta de Promoción de los Tours Existentes Dentro del Hotel Casino Emperador, Incide en la Oferta y la Demanda de los Lugares Turísticos en la Ciudad de Ambato Periodo Septiembre 2008 – Enero 2009”. Desarrollado por la Egresada Gladys Patricia Guachi Ninacuri, considero que dicho informe Investigativo, reúne los requisitos reglamentarios, por lo que autoriza 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.

Ambato, Marzo del 2009

Dr. ANIBAL JARA
TUTOR DEL PROYECTO

AUTORIA DE LA TESIS

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

Guachi Ninacuri Gladys Patricia

C.C.: 1804162319

AUTORA

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación, fruto de mis desvelos y sacrificado afán de superación, lo dedico especialmente a mis padres: Alfonso Guachi y María Ninacuri.

A ellos que con su palabra amiga, sembró en mis grandes realidades y con su sencillez, aprendí a confiar en el futuro.

Como fruto de esa siembra mi corazón entre estas páginas.....A ellos

AGRADECIMIENTO

Destaco mi agradecimiento imperecedero a la Universidad Técnica de Ambato, institución que cubrió con el símbolo de sus colores junto a la cotidiana misión de sus profesores que modelaron mi personalidad y me convirtieron en una profesional con futuro.

Además, al doctor Aníbal Jara, por su valioso asesoramiento en el desarrollo del presente proyecto.

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

TEMA: “La Falta de Promoción de los Tours Existentes Dentro del Hotel Casino Emperador, Incide en la Oferta y la Demanda de los Lugares Turísticos en la Ciudad de Ambato Periodo Septiembre 2008 – Enero 2009”.

AUTORA: GLADYS PATRICIA GUACHI NINACURI

TUTOR: DR. ANIBAL JARA

RESUMEN: El presente proyecto trata sobre la falta promoción de los diferentes lugares turísticos existentes dentro del Cantón Ambato, y a su vez el escaso conocimiento por parte de los propietarios del Hotel Casino Emperador.

Por medio del presente se busca fomentar el interés Turístico por propios y extraños, ya que en Ambato Provincia de Tungurahua tenemos varios Hoteles y Lugares Turísticos muy importantes, sin embargo muchos de loa ambateños no los conocen por la escasa información que se les da.

De esta manera se logrará que el Hotel se desarrolle económicamente como en infraestructura.

INDICE GENERAL

Portada	i
Página de Aprobación del Tribunal de Grado	ii
Página de Aprobación del Tutor	iii
Página de Autoría de la Tesis	iv
Página de Dedicatoria	v
Página de Agradecimiento	vi
Resumen Ejecutivo	vii
Índice General de Contenidos	viii
Índice de Cuadros y Gráficos	ix
Introducción	x
CAPITULO I	
1.1. Tema	1
1.2. Planteamiento del problema	1
1.2.1. Contextualización	2
1.2.2. Análisis crítico	3
1.2.3. Formulación del problema	3
1.2.4. Delimitación del objetivo del problema	
1.3. Justificación	3
1.4. Objetivos	4
1.4.1. Objetivo general	4
1.4.2. Objetivo específico	4
CAPITULO II	
MARCO TEORICO	
2.1. Antecedentes investigativos	5
2.2. Fundamentación filosófica	5
2.3. Fundamentación científica	5
2.3.1. Las cuatro principales herramientas promocionales	6
2.3.1.1. Demanda, Oferta y Equilibrio	7

2.3.1.2. La demanda turística	8
2.3.1.3. Características de la demanda turística	9
2.3.2. Clasificación del turismo	11
2.3.3. El turista	12
2.3.4. Ambato	13
2.3.4.1. Atractivos turísticos	14
2.3.4.2. Iglesias	16
2.4. Hipótesis	17
2.5. Señalamiento de variables	17

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1. Modalidad básica de la investigación	18
3.2. Nivel o tipo de investigación	18
3.3. Población y muestra	19
3.4. Operacionalización de variables	20
3.4.1. Variable independiente	20
3.4.2. Variable dependiente	21
3.5. Plan de recolección de la información	22
3.6. Plan de procesamiento de la información	22

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados	23
--	----

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones	35
5.2. Recomendaciones	35

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1. Datos informativos	36
6.2. Antecedentes de la propuesta	37
6.3. Justificación	37
6.4. Objetivos	38
6.5. Análisis de factibilidad	38

INDICE DE CUADROS Y GRAFICOS

Grafico 1	23
Grafico 2	24
Grafico 3	25
Grafico 4	26
Grafico 5	27
Grafico 6	28
Grafico 7	29
Grafico 8	31
Grafico 9	32
Grafico 10	33

INTRODUCCION

La influencia directa del turismo, fomentara el desarrollo turístico en el cantón Ambato ya que de esta manera el turista que visite el lugar tendrá una mejor atención por parte del personal del hotel que se encontrara ahí durante su estancia en el lugar. Por lo tanto al tener un mejor servicio se lograra fomentar el lugar de forma turística; obteniendo de esta manera un mayor numero de ingresos económicos con los cuales la comunidad podrá tener una fuente propia de ingresos los cuales le servirán de respaldo para el desarrollo autónomo del Hotel Casino Emperador ya que este es uno de los puntos principales a conseguir con este proyecto.

Todo esto se realiza con el fin de que el Hotel Casino Emperador se convierta en uno de los principales iconos turísticos dentro del cantón Ambato y de la provincia, de esta manera se podrá encaminar la corriente turística hacia los nuevos lugares turísticos que se encuentran dentro del país.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. TEMA:

LA FALTA DE PROMOCION DE LOS TOURS EXISTENTES DENTRO DEL HOTEL CASINO EMPERADOR, INCIDE EN LA OFERTA Y LA DEMANDA DE LOS LUGARES TURISTICOS EN LA CIUDAD DE AMBATO PERIODO SEPTIEMBRE 2008-ENERO 2009"

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. CONTEXTUALIZACIÓN

La investigación tiene como idea la promoción de los diferentes lugares turísticos existentes dentro del Cantón Ambato.

Tungurahua punto central del país, equidistante desde los grandes centros de consumo y producción de la Costa, Sierra Sur, Sierra Norte y Amazonía, provincia de gran movimiento comercial, lo cual se siente en la atmósfera de Ambato y Peliléo, y de gran atractivo turístico especialmente en la comunidad Salasaca y la ciudad de Baños, en donde se puede sentir la cercanía a la Amazonía junto a hermosas cascadas, piscinas de aguas termales y la imponente vista del volcán nevado Tungurahua, que se encuentra muy cerca a la comunidad de indígenas salasacas, quienes se dedican a tejer variedad de tapices con hermoso colorido y curiosos diseños, y demuestran además su folclore, con los Danzantes de Corpus Cristi.

Ambato es una ciudad turística por excelencia y para recibir a sus visitantes cuenta con elegantes hoteles que ofrecen todo tipo de comodidades a sus huéspedes. Y para quien desea un contacto con la naturaleza también puede encontrar hermosas hosterías en donde podrá respirar aire puro y disfrutar de bellos paisajes lejos del ruido y la contaminación.

El turista puede encontrar en esta ciudad la tranquilidad provinciana y el movimiento del modernismo, confundidos en una expresión ecléctica de contenido y forma. Existen algunos lugares de importancia histórica, monumentos y parajes

conservados cuidadosamente, los más importantes son: Atocha y Ficoa, en donde todavía yace en el espacio, la presencia de Montalvo y Mera.

Ambato es conocida como “La Tierra de los Tres Juanes” en virtud de que en su seno nacieron los Ilustres Intelectuales Juan Montalvo, Juan León Mera y Juan Benigno Vela.

El espíritu laborioso y emprendedor de su gente le ha permitido consolidarse como una ciudad eminentemente comercial, acomodada con singulares características naturales y geográficas que la constituyen en la “Tierra de las Frutas y las Flores.

Proveer al mercado los productos y servicios de Hotelería, Diversión y Turismo que satisfaga sus necesidades de Comodidad, Esparcimiento, Seguridad y Tranquilidad.

Contar con un Recurso Humano capacitado, altamente motivado y comprometido en lograr la satisfacción en nuestros clientes.

Brindar un servicio de excelencia a la comunidad, dentro de un ambiente de comodidad, esparcimiento, seguridad y tranquilidad. Buscamos posicionarnos en el mercado con reconocimiento nacional e internacional, con el compromiso de superación constante de todos quienes forman parte de la empresa.

1.2.2. ANALISIS CRÍTICO

CAUSAS:

- ✓ Falta de promoción
- ✓ Poca inversión
- ✓ Falta de nuevos servicios

EFECTOS:

- ✓ Poca afluencia turística
- ✓ Mal uso de áreas naturales que posee el lugar
- ✓ No cuenta con el apoyo de autoridades locales

1.2.3. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cómo incide la falta de promoción de los tours existentes dentro del Hotel Casino Emperador para ofertar los lugares turísticos en la Ciudad de Ambato, en el periodo septiembre 2008 – enero 2009?

1.2.4. DELIMITACION DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

- DELIMITACIÓN ESPACIAL

La investigación será realizada en el Hotel Casino Emperador en la ciudad de Ambato, Provincia Tungurahua.

- DELIMITACIÓN TEMPORAL

Septiembre 2008- enero 2009

1.3. JUSTIFICACIÓN

Por medio de este proyecto se busca un mejor servicio al turista con el cual se pretende mejorar el desarrollo turístico y por ende lo económico. Se espera de esta manera dar un claro ejemplo al resto de hoteles para que se unan y también puedan desarrollar estas fuentes de trabajo.

Queremos proporcionar nuevos lugares turísticos en la provincia de Tungurahua, ya que los hoteles necesitan otra fuente de ingresos para poder desarrollar una mejor calidad de vida.

Este proyecto es el inicio de una nueva era para el turismo de la provincia de Tungurahua, ya que se espera que no siga siendo solamente un punto comercial; ya que

posee muchos lugares turísticos fenomenales y que anteriormente no fueron aprovechados.

Los hoteles que se encuentran en la provincia necesitan desarrollar el turismo de una forma sustentable. Se espera con el tiempo que este hotel con la debida publicidad llegue a ser un lugar reconocido a nivel del país y a futuro internacionalmente.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

- Determinar la incidencia de la falta de promoción de los tours existentes dentro del Hotel Casino Emperador en la oferta y la demanda de los lugares turísticos en la Ciudad de Ambato.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar las causas de la falta de promoción
- Analizar el nivel de la afluencia de visitantes al Hotel Casino Emperador
- Proponer alternativas de solución

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Analizadas e investigadas varias fuentes de la institución no se encontraron investigaciones de este tipo.

Ahora nos damos cuenta que si nos empeñamos en desarrollar un lugar turístico, nuestras ideas y sugerencias a través de investigación se pueden ver transformadas de un proyecto en papela un proyecto fundamentado en acciones y hechos reales.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSOFICA

Mi trabajo de investigación se ubica dentro del paradigma crítico-propositivo, porque cuestionamos la realidad y proponemos soluciones.

Dentro de esta fundamentación se encuentra la epistemología, que es la doctrina de los fundamentos y métodos del conocimiento científico; ontología que estudia la realidad, la axiología que estudia los valores.

2.3. FUNDAMENTACIÓN CIENTIFICA

¿QUE ES PROMOCION?

"La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan".

QUE OBJETIVOS BUSCA UNA PROMOCIÓN?

1. Generación de Tráfico
2. Incremento en ventas y participación de Mercado
3. Generar estímulo de la demanda a corto plazo
4. Incremento en la rotación de productos dentro de un canal específico
5. Fidelización de clientes
6. Introducción de nuevos productos
7. Diferenciación e Innovación

LAS CUATRO PRINCIPALES HERRAMIENTAS

PROMOCIONALES: son las que se describen a continuación:

Publicidad: Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador bien definido.

Promoción de ventas: Incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.

Relaciones públicas: La creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena "imagen de corporación", y el manejo o desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos.

Ventas personales: Presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta.

¿Como promocionar?

Existen varias formas de realizar una promoción. Usted ha escuchado alguna vez la frase, "Yo nunca hago una promoción, porque siempre estoy ocupado" o "Yo no necesito promoción, porque mis negocios provienen de boca a boca"? Seguramente no están enterados de como lo están haciendo, pero seguramente de alguna forma están promocionando su negocio.

A continuación, le contamos algunas ideas de como Ud. puede utilizar en su negocio.

Cada acción que un empleado o miembro de su empresa realiza, esta vinculada de alguna forma con la promoción de la misma. Cualquier acción, buena o mala genera una impresión de como su empresa hace los negocios. Veamos algunos ejemplos:

a) Saludar de forma amistosa a sus clientes, es un buen comienzo.

b) Realizar una llamada telefónica o enviar un correo electrónico, una vez vendido un producto o servicio para saber la opinión del cliente es una buena forma de promocionar su forma de atención al cliente. Incluso puede generar otras oportunidades de negocio.

c) Entregar un producto o servicio de forma correcta y prolija, es otra forma de promocionar lo que Ud. hace.

d) Tener folletos y catálogos actualizados en sus oficinas o información actualizada en sitio Web para que el público vea, es otra excelente forma de promoción.

d) Si Ud. recibe clientes en sus instalaciones oficina, debe dar una imagen profesional, placentera y eficaz. Lo mismo debe suceder en su sitio Web, con contenidos claros y sin demoras en respuestas a consultas realizadas desde el sitio Web. Demorar más de 24 horas en contestar una consulta llegada desde su sitio Web, puede ocasionar la pérdida de un posible negocio.

DEMANDA, OFERTA Y EQUILIBRIO

La demanda significa la cantidad que se está dispuesto a comprar de un cierto producto a un precio determinado. La oferta es la cantidad de producto que una empresa está dispuesta a vender durante un período de tiempo determinado y a un precio dado. El equilibrio se refiere a la ley de la oferta y la demanda en la que el precio de todo producto viene determinado en el mercado por la contraposición de su oferta y su demanda. La cantidad de producto ofrecida es una fracción creciente del precio, mientras que la cantidad demandada es una función decreciente. La cantidad y el precio de equilibrio en este modelo de equilibrio parcial son los que resultan de la intersección (la llamada *cruz de Marshall*) de las correspondientes curvas de oferta y demanda, tal como se indica en la siguiente figura.

OFERTA

La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida

DEMANDA

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado.

LA DEMANDA TURÍSTICA:

Como en todo servicio, la demanda del sector turismo es la pieza clave a partir de la cual se desarrolla este sector. De hecho, casi todos los estudios o análisis que se han realizado en los últimos años precisamente están orientados a evaluar la demanda, sus características y perspectivas. Sin embargo, muchos de estos análisis son básicamente descriptivos, principalmente intentando establecer una adecuada segmentación del mercado.

En esta sección se realiza un breve recuento del conocimiento que se tiene sobre los turistas que visitan el país intentando identificar qué factores influyen en su comportamiento. Luego se estima el tamaño del mercado turístico nacional para tener una idea de las magnitudes involucradas en el sector.

FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA TURISTICA

La demanda en el mercado turístico funciona sometida al influjo de un conjunto de factores, a saber:

- a) factores económicos: que son principalmente, la liquidez del mercado emisor (el poder adquisitivo y la disponibilidad de dinero por parte de los clientes-usuarios), los niveles de precios que compiten entre sí alrededor de distintos puntos geográficos próximos, la estacionalidad en los países o lugares receptores de turistas;
- b) factores relativos a las unidades demandantes: los cambios de estación y su relación con los sistemas de vacaciones en los países-mercado demandantes, los intereses cambiantes de los públicos y las personas; la percepción que los públicos tienen respecto del valor atractivo de determinadas zonas o puntos geográficos;
- c) factores aleatorios, tales como los conflictos, inestabilidades sociales y guerras, los accidentes y catástrofes naturales y el impacto que estos eventos tienen en los medios de comunicación y en la percepción de seguridad de los potenciales públicos demandantes;

d) factores relativos a los sistemas de comercialización: calidad y extensión de los esfuerzos y productos de comercialización; amplitud y focalización de las estrategias de marketing; diversidad de los actores que realizan marketing turístico alrededor de determinados productos y lugares geográficos;

e) factores relativos a la producción de servicios turísticos:

CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA TURISTICA

La demanda turística se caracteriza por ser:

a) culturalmente determinada;

b) cambiante en el tiempo y en el espacio en función de factores culturales, económicos y políticos;

c) estar asociada a lugares o puntos de interés individuales.

“Puede definirse como el conjunto de bienes y servicios que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos, en el caso del turismo nacional, y a precios determinados por las Tasas de Cambio, en el turismo internacional, por añadidura se designa así al conjunto de consumidores de una oferta turística”.

Características de la Demanda Turística:

a. La demanda es muy elástica a los cambios económicos del mercado, ejemplo, los precios: un aumento notorio de los mismos, generalmente, trae consigo una baja en el número de consumidores.

b. Sensibilidad a las condiciones socio-políticas de los países y los cambios de moda en el destino de los viajes.

La inestabilidad socio-política (guerras, huelgas, desórdenes), inhibe a los turistas a visitar un determinado lugar.

c. La demanda está condicionada por la estacionalidad. Debido a esta dependencia se producen desajustes que actúan de modo perjudicial tanto sobre la demanda como sobre la

oferta. Las causas derivan tanto de factores climáticos como de otros más o menos influenciables, tradición, política, etc.

5.1. El Mercado Interno:

El valor de nuestra moneda, frente a otras monedas extranjeras juega un papel muy importante en el mercado turístico interno.

De la misma manera si existe deterioro del poder adquisitivo en el extranjero, los turistas optarán por quedarse en su país de origen, retrasando su viaje para mejor ocasión. Pero si la variación monetaria les beneficia actuará como estímulo para la realización del viaje.

Las empresas de turismo y las otras unidades de producción de un país, ante un fenómeno devaluatorio se sienten fuertemente afectadas, ya que sus cuentas se ven alteradas por los nuevos valores que requieren para el desarrollo normal de la actividad. Esos nuevos valores hacen variar los precios que se ofrecen al turista en Chile.

Procesos inflacionarios

La demanda interior se ve sometida a presiones a causa de las alzas de precios. En el caso de los turistas, la pérdida de poder adquisitivo de su moneda, los obligan a sacrificar la compra de algún artículo, puesto que sus posibilidades no le permiten consumir lo mismo que antes. Los turistas potenciales según su nivel de renta optan por la supresión del viaje o de las vacaciones. En consecuencia, las tensiones inflacionistas actúan muy a menudo desviando las corrientes turísticas hacia zonas y lugares más cercanos, de menos costo y donde puedan suprimirse ciertos gastos.

La empresa turística también ve alterada su actividad a causa del proceso inflacionario. Así experimenta diferentes situaciones que van deteriorando los servicios que ofrece para finalizar, si en su momento no se han sabido adoptar medidas, en un hundimiento de la explotación. Entre los aspectos que más destacan como repercusión de la inflación son los siguientes:

- . Elevación de los precios de los servicios.
- . Eliminación de mano de obra.
- . Pérdida de la calidad de los servicios.
- . Deterioro de la imagen.
- . Reducción hasta anularse de los beneficios de la explotación.

EL TURISMO

Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.

El turismo es la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos. Este concepto nos permite un enfoque completo de la actividad, o funciones que se puedan desempeñar al mismo tiempo que se recrea o se disfruta en un momento dado, exista o no desplazamiento.

Turismo Social: es el conjunto de relaciones y fenómenos que proviene de la participación en el campo del turismo de estrato social económicamente débiles, participación que se hace posible o se facilita por medidas de carácter bien definido, pero que implican un predominio de la vida de servicio y no la del lucro.

CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

Atendiendo al último concepto expuesto antes, clasificamos al turismo según la actividad que se realiza al desplazarse y las motivaciones del individuo en: comercial, cultural, de aventura, diversión, fin de semana, inversión, investigación, recuperación, salud, deportivo, estudiantil, insular, político, sociológico, técnico y vacacional.

EL TURISTA

Se entiende por turista a toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que

permanezca en el más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración.

Clase Privilegiada: son las personas que por situación política o social disponen de sobrados medios para viajar por el extranjero y dentro del ámbito Nacional, siendo precisamente los pioneros del turismo.

Características

- Elevado gasto por día. Estancias o permanencias prolongadas.
- Utilización de los servicios guías, intérpretes, etc.
- Utilización de los medios de transporte más rápidos.
- Ocupación de los hoteles más selectos. Recorridos extensos de cada país.

Clase Juvenil: son en su mayor número de estudiantes, que han sido objeto de estudio en algunos países en los cuales se han creado albergues y servicios especiales, rebajas en las tarifas ferroviarias y otras ventajas diversas.

Características:

- Utilización de medios de transportes económicos.
- Alojamiento de tiendas de campañas, refugios, posadas y otros.
- Preferencia por los lugares naturales. Estancias breves en cada punto.
- Nula utilización de agencias de viajes. Menosprecios por lugares mundanos.
- Poco gasto por día. Itinerarios largos. No usan guías ni interpretes.

Clase Popular:

Constituida por los trabajadores asalariados, cuya incorporación, la turismo es relativamente reciente, debido fundamentalmente al sistema de vacaciones pagadas.

Características:

- Es de carácter vacacional. Brevedad de tiempos en los viajes.
- Especiales ventajas por parte de los gobiernos y compañías ferroviarias.

- Obtienen contribución de las empresas del Estado y las asociaciones.
- Creación de alojamientos especiales por las instituciones gubernamentales.
- Carácter colectivo, estancias en una sola localidad, lugares de descanso.
- Nula intervención de las agencias de viajes.

Cabe destacar que para este tipo de turistas se han creado una infinidad de ventajas que obedecen al desarrollo del Turismo Social en los países.

AMBATO

La ciudad de Ambato fué fundada en 1698 como Villa de Ambato, por el Capitán Antonio Clavijo, por orden de la Real Audiencia de Quito. El 12 de noviembre de 1820 Ambato logra su independencia, el 23 de julio de 1860 adquiere la categoría de provincia y el 21 de mayo de 1861 se crea como tal mediante Decreto de la Convención Nacional. En Ambato se instaló la primera imprenta traída por los jesuitas, la cual fue trasladada en 1670 al seminario de San Luis en Quito.

El turista puede encontrar en esta ciudad la tranquilidad provinciana y el movimiento del modernismo, confundidos en una expresión ecléctica de contenido y forma. Existen algunos lugares de importancia histórica, monumentos y parajes conservados cuidadosamente. Los más importantes son: Atocha y Ficoa, en donde todavía yace en el espacio, la presencia de Montalvo y Mera. En Atocha existe la Quinta de Mera. El visitante, al llegar a su interior, tiene la impresión de que el tiempo se ha detenido al inicio de; siglo XIX y que se encierra en sus cuartos y pasillos un hálito de respeto. los jardines que constituyen el complemento de esta residencia son hermosos y variados. Por una escalinata de cantos puede bajarse hasta el río Ambato, en medio de una frondosa arboleda, muchos de cuyos arboles tienen más de un siglo de existencia. Al otro lado del río y un tanto más al norte se encuentra el Socavón, lugar histórico, ya que allí se efectuó la primera fundación de Ambato y en 1948 fue escenario de un enfrentamiento militar por problemas políticos nacionales. En los actuales momentos es un sitio de recreo y balneario; es muy concurrido sobre todo los días domingos.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Mausoleo de Juan León Mera

En Este Mausoleo contiene del más destacado escritor de la ciudad construido en 1932 que utilizaron el estilo monumental griego en su interior escenifica la realidad de la época de tan insigne personaje. Su cadáver reposa en el interior y puede ser observado por el público cada 13 de abril se homenajea a dicho ilustre ambateño.

Quinta de Juan Montalvo

Tiene una extensión de 1 una hectárea su antigüedad es de 200 años aproximadamente uno de sus atractivos es el mobiliario de la época es un orgullo para los ambateños. Uno de los lugares queridos del “Cervantes Americano”.

Quinta de Juan León Mera

La construcción data del año 1874 cuenta con una extensión aproximadamente 5 hectáreas declarada Patrimonio Histórico Nacional.

Municipio de Ambato

Construcción de aproximadamente el año 1900 su fachada de materiales tradicionales (piedra pishilata vista) sus técnicas destacan una obras arquitectónica importante, por cuanto marca una época en el desarrollo urbano de la ciudad. La edificación consta de 2 partes una moderna hecha en hormigón armado y la antigua con arquitectura clásica hecha en piedra tallada con ventanales y pisos de madera y balcones que resaltan su antigüedad

Gobernación

La Construcción de este edificio inicia en enero de 1920 y se concluye el 23 de octubre de 1926 en 1946 fue destruida por el terremoto y su reconstrucción fue inaugurada el 12 de

noviembre de 1951. Edificación construida con piedra lacrada en forma de bloques de similar tamaño, las gradas de piedra en forma convexa, las ventanas de madera considerada una joya arquitectónica.

Casa del Portal

Regazo de la arquitectura colonial de Ambato del siglo XIX elementos fundamentales del centro histórico de Ambato.

Colegio Bolívar

Arquitectura Clásica Neoclásica en los detalles de la fachada hacen de esta un ejemplo único de la ciudad se caracteriza por su piedra pishilata.

IGLESIAS

La Providencia

Su estilo gótico la constituye en Patrimonio Cultural de la Ciudad destruida en el terremoto de 1949 fue restaurada respetando su diseño original. Se caracteriza por sus torres imponentes localizadas en la parte central frontal la construcción es de piedra.

La Medalla Milagrosa

Construcción Neogótica edificada alrededor de 1900. la sobriedad de sus formas y la imponencia de su proporciones la constituyen en verdadera joya arquitectónica de la ciudad.

Santo Domingo

Santuario perteneciente a la comunidad Dominicana de Ambato Ubicada en el centro de la urbe e inaugurada en 1952. De estilo gótico el pretil completamente de piedra la fachada

presenta dos torres y en mitad de estas la de Santo Domingo. En el interior el altar de color dorado.

Jardín Botánico Atocha- La Lira

El jardín botánico Atocha La lira, abarca una superficie de 14 hectáreas que se asientan sobre suelos de origen volcánico, caracterizados por un buen drenaje.

Esta área comprende las propiedades de Luis A Martínez y Juan León Mera, quienes tuvieron algo en común ,el amor a la naturaleza.

2.4. HIPOTESIS

La falta de promoción de los tours existentes dentro del Hotel Casino Emperador incide en la oferta y la demanda de los lugares turísticos en la Ciudad de Ambato.

SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE: La falta de promoción de los tours dentro del hotel Casino Emperador

VARIABLE DEPENDIENTE: Incide en la oferta y la demanda de los diferentes lugares turísticos en la Ciudad de Ambato

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

Mi trabajo de investigación tenemos:

Investigación bibliográfica, utilizaremos libros, revistas, internet

Investigación de campo, nos trasladaremos al lugar de los hechos para aplicar las encuestas y entrevistas

3.2. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación exploratoria, en esta etapa observaré los principales fenómenos del trabajo de investigación

Investigación descriptiva, en esta etapa describiremos los fenómenos del problema en función de las dos variables

Nivel explicativo, aquí buscaremos las causas y efectos de nuestro problema de investigación.

3.3. POBLACION MUESTRA

Empleados del Hotel	20
Turistas	60
Personal Administrativo	10
Población	= 90

N

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$E^2 (N-1) + 1$$

90

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$(0.05)^2(90-1)+1$$

90

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$0.0025 (89)+1$$

90

n= _____

0.2225 + 1

90

n= _____

1.2225

n= 73.62

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable independiente: La falta de promoción de los tours dentro del hotel

Contextualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
<i>"La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan".</i>	Actividades Productos	Recreación Turistas nacionales Turistas extranjeros	¿Usted cree que la falta de promoción de los tours dentro del hotel influye en la oferta y la demanda de los lugares turística en la ciudad de Ambato ?	Encuestas .- cuestionario Entrevistas .- guía de entrevistas Observación .-la guía de observación, lista de cotejo

Variable dependiente: Disminución de ventas

Contextualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
<p>EL TURISMO Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.</p>	<p>Transporte</p> <p>Hospedaje</p> <p>Diversión</p>	<p>Aéreo</p> <p>Terrestre</p> <p>Marítimo</p> <p>Fluvial</p> <p>Hoteles</p> <p>Hosterías</p> <p>Hostales</p> <p>Pensiones</p> <p>Iglesias</p> <p>Museos</p>	<p>¿Usted cree que la disminución de ventas del hotel afecta en los factores económicos de la empresa?</p>	<p>Encuestas .- cuestionario</p> <p>Entrevistas.- guía de entrevistas</p> <p>Observación.- la guía de observación, lista de cotejo</p>

3.5 PLAN DE RECOLECCION DE INFORMACION

Tales métodos varían de acuerdo con cuatro dimensiones importantes: estructura, confiabilidad, injerencia del investigador y objetividad. La presencia de estas dimensiones se reduce al mínimo en los estudios cualitativos, mientras que adquieren suma importancia en los trabajos cuantitativos, no obstante el investigador a menudo tiene la posibilidad de adaptar la estrategia a sus necesidades.

Las tres principales técnicas de recolección de datos son:

1. Los auto informes o informes personalizados.
2. La observación.
3. Las mediciones biofisiológicas.

3.6 PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACION

Revisión bibliográfica

Tabulación

Elaboración de cuadros

Elaboración de los respectivos gráficos

Análisis

Interpretación de resultados

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

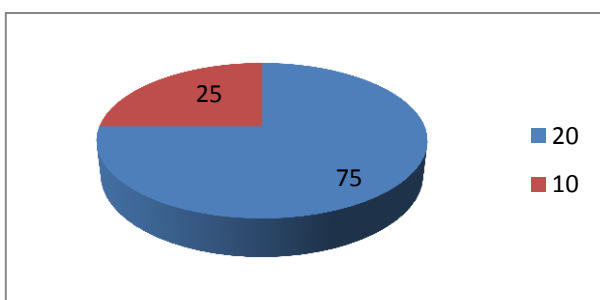
ENCUESTAS APLICADAS A LOS TURISTAS

1.- ¿Conoce usted algún lugar que brinde a mas de alojamiento recreación al turista?

CUADRO N°1

Alternativas	Frecuencia	%
SI	20	75
NO	10	25
TOTAL	30	100

GRAFICO N°1



FUENTE: Encuesta aplicada a los turistas

ELABORADO POR: Patricia Guachi

ANALISIS

De las treinta personas encuestadas, veinte personas corresponden al 75% manifiestan que si conocen lugares que a mas de brindar alojamiento dan recreación al turista. En cambio diez personas que equivale al 25% manifiestan que no conocen lugares que a mas de brindar alojamiento den recreación al turista.

INTERPRETACIÓN

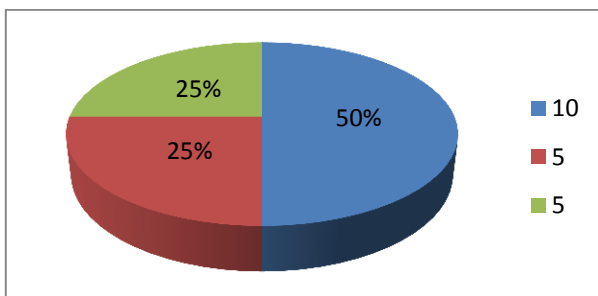
De las personas encuestadas podemos darnos cuenta que mas de la mitad de las personas no conocen lugares que brinden alojamiento y recreación a la vez, en cambio una cuarta parte si la conoce y nos dice que si existe estos lugares.

2.- ¿Estaría usted dispuesto a colaborar con la promoción turística?

CUADRO N°2

Alternativas	Frecuencia	%
MUCHO	10	50
POCO	5	25
NADA	5	25
TOTAL	20	100

GRAFICO N°2



FUENTE: Encuesta aplicada a los turistas

ELABORADO POR: Patricia Guachi

ANALISIS:

De las personas encuestadas 10 personas corresponden al 50% manifiestan que están dispuestos a colaborar con la promoción turística, en cambio 5 personas que equivale al 25% manifiestan que colaboraran poco con la promoción, y 5 personas que equivale al 25% manifiestan que no colaboraran con la promoción turística.

INTERPRETACION:

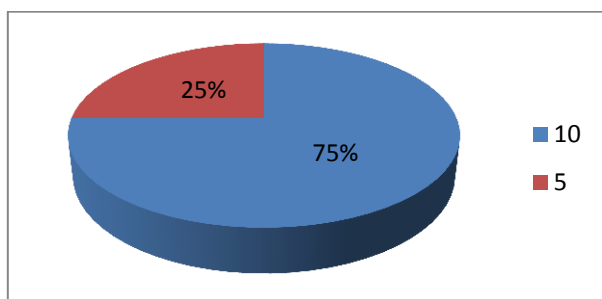
Aquí podemos darnos cuenta que la mayoría de los empleados están dispuestos a colaborar con la promoción, un cierto porcentaje desea colaborar poco en la promoción, y una parte que no desea colaborar para nada con la promoción turística.

3.- ¿Estaría usted dispuesto a colaborar para que el turismo se convierta en una nueva fuente de ingresos para el Hotel Casino Emperador?

CUADRO N°3

Alternativas	Frecuencia	%
SI	10	75
NO	5	25
TOTAL	15	100

GRAFICO N°3



FUENTE: Encuesta aplicada a los turistas

ELABORADO POR: Patricia Guachi

ANALISIS

De las 15 personas encuestadas 10 personas corresponden al 75% que manifiestan que si están dispuestos a colaborar para que el turismo se convierta en una nueva fuente de ingresos para el hotel, en cambio 5 personas que corresponden al 25% manifiestan que no desean colaborar con esto.

INTERPRETACION

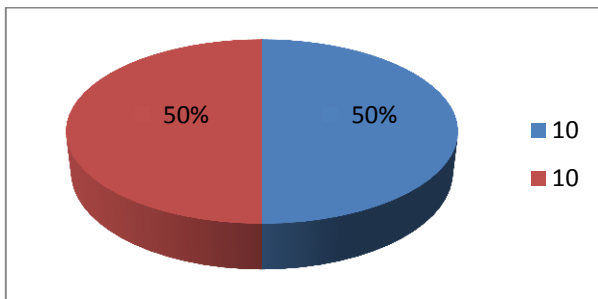
Aquí podemos darnos cuenta que la mayoría de los empleados están dispuestos a colaborar para que el turismo se convierta en una fuente de ingresos para el hotel, y una parte que no desea colaborar para nada con esto

4.- ¿Le gustaría que exista una adecuada conservación de los lugares turísticos para recibir a los turistas?

CUADRO N°4

Alternativas	Frecuencia	%
SI	10	50
NO	10	50
TOTAL	20	100

GRAFICO N°4



FUENTE: Encuesta aplicada a los turistas

ELABORADO POR: Patricia Guachi

ANALISIS

De las 20 personas encuestadas 10 personas corresponden al 50% que manifiestan que desean que se conserven los lugares turísticos existentes en la ciudad de Ambato en cambio 10 personas que corresponden al 50% manifiestan que estas cosas no les interesa.

INTERPRETACION

Si nos damos cuenta podemos ver existen personas a las que les agrada la idea de la conservación de los lugares turísticos y de igual manera hay un desinterés de esto por otras personas.

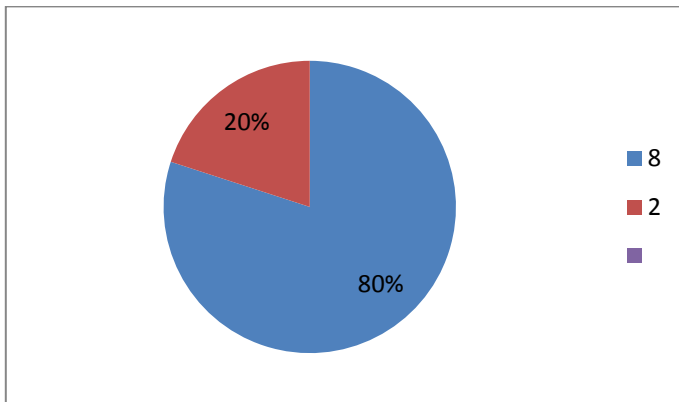
ENCUESTAS APLICADAS A LOS EMPLEADOS Y DIRECTIVOS DEL HOTEL CASINO EMPERADOR

5- ¿Estaría dispuesto a recibir una continua capacitación para brindar un buen servicio a los turistas?

CUADRO N°5

Alternativas	Frecuencia	%
SI	8	80
NO	2	20
TOTAL	10	100

GRAFICO N°5



FUENTE: Encuesta aplicada a los empleados y directivos del hotel

ELABORADO POR: Patricia Guachi

ANALISIS

De las 20 personas encuestadas 10 personas corresponden al 50% que manifiestan que desean que se conserven los lugares turísticos existentes en la ciudad de Ambato en cambio 10 personas que corresponden al 50% manifiestan que estas cosas no les interesa.

INTERPRETACION

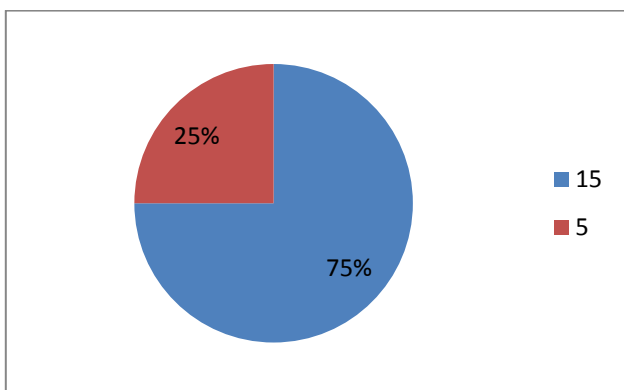
Si nos damos cuenta podemos ver existen que personas a las que les agrada la idea de la conservación de los lugares turísticos y de igual manera hay un desinterés de esto por otras personas.

6.- ¿Colaboraría usted para que los tours existentes dentro del Hotel Casino Emperador sean promocionados

CUADRO N°6

Alternativas	Frecuencia	%
SI	15	75
NO	5	25
TOTAL	20	100

GRAFICO N°6



FUENTE: Encuesta aplicada a los empleados y directivos del hotel

ELABORADO POR: Patricia Guachi

ANALISIS

De las 20 personas encuestadas 15 personas corresponden al 75% están de acuerdo en colaborar con la promoción de los tours en cambio 5 personas que corresponden al 25% no se interesan por esto.

INTERPRETACION

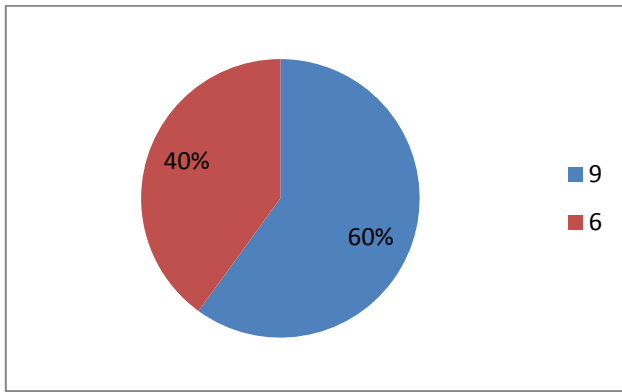
Claramente podemos observar que dentro del hotel hay empleados a los que si les interesa el bienestar del hotel pero hay un porcentaje de empleados que no les nada mas que trabajar y punto.

7.- ¿Cree usted que el turismo es una actividad productividad?

CUADRO N°7

Alternativas	Frecuencia	%
SI	9	60
NO	6	40
TOTAL	15	100

GRAFICO N°7



FUENTE: Encuesta aplicada a los empleados y directivos del hotel

ELABORADO POR: Patricia Guachi

ANALISIS

De las 15 personas encuestadas 9 personas corresponden al 60% que piensan que el turismo si es una actividad productiva en cambio 6 personas que corresponden al 40% no conocen de este tema.

INTERPRETACION

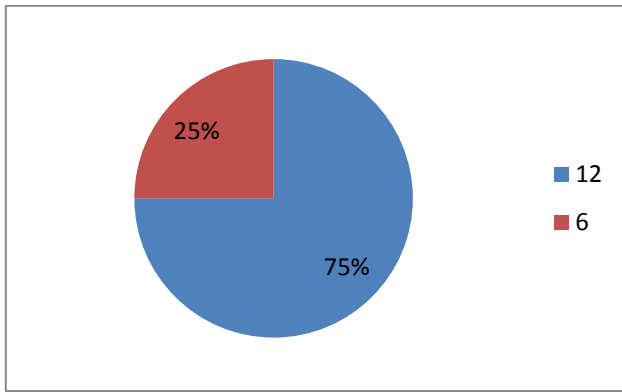
Con esto podemos darnos cuenta que mas de la mitad de las personas encuestadas que si conocen que el turismo es una actividad productiva mientras que existe un determinado porcentaje que no tiene idea a lo que se refiere este tema.

8.- ¿Aprovecha usted su tiempo libre para recreacionarse?

CUADRO N°8

Alternativas	Frecuencia	%
SI	12	75
NO	6	25
TOTAL	18	100

GRAFICO N°8



FUENTE: Encuesta aplicada a los empleados y directivos del hotel

ELABORADO POR: Patricia Guachi

ANALISIS

De las 18 personas encuestadas 12 personas corresponden al 75% que si aprovechan su tiempo libre para recreacionarse en cambio 6 personas que corresponden al 25% no aprovechan su tiempo libre en recreación.

INTERPRETACION

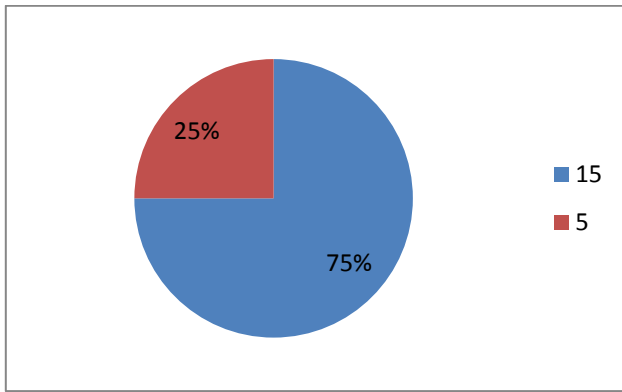
Los empleados y directivos del hotel en su mayoría aprovechan su tiempo libre para salir a pasear con su familia pero también hay pocas personas que su tiempo libre pasan solo en casa.

9.- ¿Cree usted que la falta de recursos económicos afecta en el turismo?

CUADRO N°9

Alternativas	Frecuencia	%
SI	15	75
NO	5	25
TOTAL	20	100

GRAFICO N°9



FUENTE: Encuesta aplicada a los empleados y directivos del hotel

ELABORADO POR: Patricia Guachi

ANALISIS

De las 20 personas encuestadas 15 personas corresponden al 75% que consideran que la falta de recursos económicos afectan en el turismo en cambio 5 personas que corresponden al 25% que consideran que la falta de recursos económicos no afectan para nada en el turismo.

INTERPRETACION

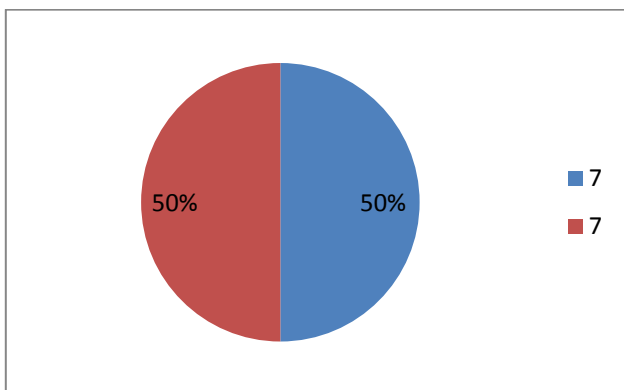
Aquí podemos darnos cuenta que hay personas que si están al tanto del tema y saben que esto afecta mucho al establecimiento en el cual trabajan pero de igual manera existen personas que no conocen del tema y no se interesan por conocerlo.

10.- ¿Cree usted que el turismo de Ciudad de Ambato es poco disfrutada por sus habitantes?

CUADRO N°10

Alternativas	Frecuencia	%
SI	7	50
NO	7	50
TOTAL	14	100

GRAFICO N°10



FUENTE: Encuesta aplicada a los empleados y directivos del hotel

ELABORADO POR: Patricia Guachi

ANALISIS

De las 14 personas encuestadas 7 personas corresponden al 50% que consideran el turismo en la ciudad de Ambato si es poco disfrutada por sus habitantes en cambio 7 personas que corresponden al 50% que consideran que no es poco disfrutada por sus habitantes.

INTERPRETACION

Con esto podemos darnos cuenta que la mitad de los habitantes de la ciudad de Ambato salen a otros lugares para recreacionarse en cambio la mitad de la población se queda y disfruta de lo que tiene la ciudad.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- ❖ Tenemos que valorar los diferentes lugares turísticos con los que dispone el cantón.
- ❖ Ambato cuenta con un sin número de lugares turísticos que deben ser aprovechados para beneficio del cantón.
- ❖ El turismo en el cantón Ambato es poco disfrutado por sus habitantes.

RECOMENDACIONES

- ❖ Cuidar de los lugares turísticos del cantón, ya que por ello la gente nos visita.

- ❖ Realizar propagandas para dar a conocer los lugares turísticos con los que dispone el cantón Ambato.
- ❖ Aprender a valorar los sitios turísticos con los que dispone el cantón Ambato.

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

Titulo.- La falta de promoción de los tours existentes dentro del hotel casino emperador, incide en la oferta y la demanda de los lugares turísticos en la ciudad de Ambato periodo septiembre 2008- enero 2009

Institución ejecutora

Beneficiarios.- Hotel Casino Emperador y los principales lugares turísticos de Ambato

Ubicación.- Situado en el centro de la ciudad de Ambato, en la arteria principal de la misma, cerca al parque Cevallos, en sus alrededores se desarrolla toda la actividad comercial de la ciudad.

Tiempo estimado para la ejecución.- El tiempo que esta previsto será un año, una vez que sea aprobado por la universidad.

Inicio.-Marzo 2009 Fin.-Marzo 2010

Equipo técnico responsable.- Lo empleados y directivos del hotel casino emperador y mi persona

Costo.- Aproximado 15000

6.2.- ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

La propuesta que pretendo encaminar será el servicio de los tours dentro del hotel casino emperador ya que los mismos serán una fuente mas de ingresos para este establecimiento. Haciendo un análisis de todo lo dicho anteriormente vale la pena recordar a los señores turistas que los lugares turísticos existentes en la ciudad de Ambato deben ser difundidos a nivel nacional e internacional.

6.3.- JUSTIFICACION

Uno de los problemas más trascendentales dentro del trabajo de investigación es mejorar la promoción de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato la misma que propongo como justificación buscar alternativas adecuadas para sustentar la trascendencia de los tours existentes dentro del Hotel Casino Emperador.

Dentro de las alternativas existe una gama de propuestas técnicas, conclusiones y recomendaciones que los turistas y todos quienes estamos involucrados en el campo del turismo sirva de apoyo y aporte a la investigación que requiera satisfacer su

curiosidad y lo que concierne a la problemática de los tours y como solucionar la misma.

Para ello emprendí fuentes de consulta de varios autores que desarrollan la temática y a la vez orienten en busca de una solución al problema ya mencionado anteriormente alcanzando los objetivos propuestos tanto para el turista como para los empleados y directivos del hotel y de esta manera buscar la solución que influye dentro de la promoción.

6.4.- OBJETIVOS

6.4.1.- OBJETIVO GENERAL

Potenciar la promoción de los tours existentes dentro del hotel Casino Emperador

6.4.2.- OBJETIVOS ESPECIFICOS

1.- Ayudar en el proceso de promoción y concientización de la conservación de los lugares turísticos.

2.- Mejorar los ingresos del Hotel Casino Emperador.

6.5.- ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

La aplicación de esta propuesta directamente está respaldada por las Autoridades, empleados y directivos del Hotel Casino Emperador

En la parte administrativa y económica se está financiando con presupuesto propio en busca de un cambio radical con la promoción de los tours existentes.

BIBLIOGRAFIA

- ❖ Aranguren Sánchez, Basilio (1979) *Métodos de Investigación*. Ediciones Eneva. Caracas
- ❖ Hernández Sampieri, Roberto (1998) *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill Editores. México
- ❖ http://www.vivecuador.com/htm12/esp/tungurahua_es.htm.com/htm12/esp/tungurahua_es.htm
- ❖ Internet
- ❖ www.hotelcasinoemperador.com

ANEXOS







Iglesia La Catedral



Iglesia Medalla Milagrosa



Iglesia La Merced



Iglesia de la Santa Faz - La Providencia



Iglesia de Santo Domingo



Casa y Mausoleo de Juan Montalvo



Mausoleo de Juan León Mera



Jardines de Ambato



CUESTIONARIO

1.- ¿Conoce usted algún lugar que brinde a mas de alojamiento recreación al turista?

- 2.- ¿Estaría usted dispuesto a colaborar con la promoción turística?
- 3.- ¿Estaría usted dispuesto a colaborar para que el turismo se convierta en una nueva fuente de ingresos para el Hotel Casino Emperador?
- 4.- ¿Le gustaría que exista una adecuada conservación de los lugares turísticos para recibir a los turistas?
- 5.- ¿Estaría dispuesto a recibir una continua capacitación para brindar un buen servicio a los turistas?
- 6.- ¿Colaboraría usted para que los tours existentes dentro del Hotel Casino Emperador sean promocionados?
- 7.- ¿Cree usted que el turismo es una actividad productiva?
- 8.- ¿Aprovecha usted su tiempo libre para recreacionarse?
- 9.- ¿Cree usted que la falta de recursos económicos afecta en el turismo?
- 10.- ¿Cree usted que el turismo de Ciudad de Ambato es poco disfrutado por sus habitantes?