



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

TEMA:

“LA OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y HOSPEDAJE Y SU
INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL CANTÓN ANTONIO ANTE,
PROVINCIA DE IMBABURA”

Trabajo de grado previo a la obtención del título de ingeniería
en la especialidad de turismo.

AUTOR: Báez Andrade Diego Patricio

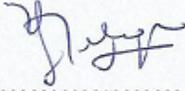
DIRECTORA: MSc. Vasallo Villalonga Yoarnelys

Ibarra, julio del 201

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Directora de Trabajo de Grado presentado por el señor egresado Báez Andrade Diego Patricio, con número de cédula 100342515-2, previo a la obtención del título de Ingeniería en la carrera de Turismo, cuyo tema es: **"LA OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y HOSPEDAJE Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA"**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ibarra, Julio del 2016



MSc. Yoarnelys Vasallo V.

DIRECTORA DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejó sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100342515-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	BÁEZ ANDRADE DIEGO PATRICIO		
DIRECCIÓN:	Atuntaqui, Abdón Calderón y Sucre		
E-MAIL:	dbaez9@gmail.com		
TELÉFONO:	06 - 2 906287	CELULAR	0978783502

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"LA OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y HOSPEDAJE Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA"
AUTOR:	BÁEZ ANDRADE DIEGO PATRICIO
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Título de Ingeniero en Turismo
ASESOR/DIRECTOR	MSc. Yoarnelys Vasallo Villalonga

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **BÁEZ ANDRADE DIEGO PATRICIO**, con cédula de ciudadanía Nro. **100342515-2**, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144

3. Constancias

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización, es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros; por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por terceros.

Ibarra, 28 días del mes de abril del 2017

EL AUTOR:

A handwritten signature in blue ink, reading "Diego Báez A.", is written over a horizontal dotted line. The signature is fluid and cursive.

Diego Patricio Báez Andrade

C.I 100342515-2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHOS DE LA AUTORA DEL TRABAJO DE GRADO A
FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **BÁEZ ANDRADE DIEGO PATRICIO**, con cédula de ciudadanía Nro. **1003425152-2**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **”LA OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y HOSPEDAJE Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERO EN TURISMO**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando ésta facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor, me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que realizo la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Báez Andrade Diego Patricio

C.I 100342515-2

DEDICATORIA

Con profundo amor dedico el presente trabajo de grado a mis padres y abuelitos por el apoyo y cariño incondicional, quienes son y serán mi fuente de fortaleza, apoyo e inspiración por su ejemplo de sacrificio, entrega y constancia.

Diego Patricio Báez Andrade

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a Dios por las bendiciones que recibo diariamente, a mi madre Patricia por regalarme la vida y por el apoyo incondicional, a mis abuelitos, tíos y amigos, a mi gloriosa Universidad Técnica del Norte, por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente en sus cálidas aulas y a los apreciados docentes, encabezados por mi directora de tesis, MSc. Yoarnelys Vasallo, quienes durante todo el proceso educativo, depositaron en mí, un amplio abanico de conocimientos y valores para mi formación profesional y mejoramiento personal

Diego Patricio Báez Andrade

Resumen Ejecutivo

El mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad es una de las premisas que motiva a buscar nuevas alternativas de desarrollo y productividad. El presente trabajo se orientó a potencializar el aspecto turístico del cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, al identificarse como problema, la limitada oferta de servicios turísticos y hospedaje, y por consiguiente su baja incidencia en el desarrollo. El objetivo general está encaminado a determinar la oferta de servicios turísticos y hospedaje, y su incidencia en el desarrollo turístico del cantón. Los objetivos específicos: diagnosticar la situación actual de los establecimientos de servicios turísticos y hospedaje; establecer la influencia de los servicios turísticos en el desarrollo del contexto y diseñar una propuesta de información y publicidad (un catálogo en línea), que aprovechando el auge del internet deberá ser muy bien aceptado por el visitante. Los objetivos fueron cumplidos mediante la aplicación de técnicas de investigación como encuestas, entrevistas y observación directa, tanto a la ciudadanía, como a empresarios turísticos involucrados. El resultado principalmente está destinado a promocionar los servicios turísticos ofertados en el cantón, con información detallada y enfocada a atraer al turista, con los establecimientos de hospedaje, restauración, la cultura, la historia, pero además atractivos complementarios, como lugares de distracción, fiestas cantonales, fiestas populares, y lugares como el museo de sitio de “La ex fábrica textil Imbabura”, la reciente reactivación del tren y sus estaciones, entre otros. Esto tendrá impactos trascendentales tanto para los habitantes como para los turistas, obteniendo una mejor información al momento de visitar el cantón, lo cual se revierte en mejor acogida y por ende más dinamismo, tanto económico como social.

ABSTRACT

The improvement of the quality of life of society is one of the premises that motivate new alternatives for development and productivity. The present work aims to potentiate the tourist aspect of Antonio Ante canton in Imbabura province. With the identification of a problem, the storage of supply of tourist services and their respective advertising, since the lack information becomes very inadequate, for the promotion of the same and for the turish development of the canton. As specific objectives it was raised the diagnostication, firstly of the tourist services currently offered in the context, moreover specifically to diagnostic services of accommodation establishments and their current situation, and then with the general objective, to determinate the supply and publicity is offering visitors, as well as the incidence that these are having on tourism development, these were all fulfilled by applying research tools as surveys and interviews, both citizens as tourism operators involved, which contributed favorably to determinate that there is a flaw in terms of tourist services and advertising of the same. Finally is presented an alternative proposal of information and publicity, an online catalog, with the becoming internet is viable, which was well accepted by the public. This focuses primarily to promote tourist services currently offered in the city, with clear information very concise and focused to attract the tourist, both lodging establishments, restoration, among others, but also complementary attractive, like places of distraction, cantonal parties, and popular festivals. This will have beneficial impacts for both citizenship as for tourists, since they will inform better the time to visit the city so there will be better received and therefore more dynamism, so economic and social, it will increase in a certain way to create new enterprises focuses in the touristic environment and in the development of the same "Antonio Ante" canton. Surely it will be a great contribution in all environment, furthermore the textiles, which specializes its cantonal head, but also the gourmet in which certain parishes specialize and cultural and clear without do dot it aside because it is essential for the society and economy of this context.

INDICE

ACEPTACIÓN DEL TUTOR	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	VIII
RESUMEN EJECUTIVO	IX
ABSTRACT	X
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1.EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
1.1 ANTECEDENTES	4
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.4. DELIMITACIÓN	7
1.4.1. Unidades de observación.....	7
1.4.2. Delimitación espacial	7
1.4.3. Delimitación temporal.....	7
1.5. OBJETIVOS.	8
1.5.1. Objetivo general.....	8
1.5.2. Objetivos específicos	8
1.6. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	8
1.7. JUSTIFICACIÓN	9

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	11
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	11
2.1.1. El Servicio	11
2.1.1.1. Características del Servicio.....	12
A. Intangibilidad	12
B. Variabilidad	13
C. Heterogeneidad	13
D. Inseparabilidad	14

E. Percibibilidad.....	14
F. Ausencia de Propiedad	15
2.1.1.2.Elementos del servicio	15
A. Contacto cara a cara	15
B. Relación con el cliente.....	16
C. Reclamos y cumplidos.....	16
D. Instalaciones	17
2.1.2.La Calidad en los Servicios.....	18
2.1.2.1.Calidad.....	18
2.1.2.2.Gestión de calidad en el servicio al cliente	19
2.1.2.3.Servicio de calidad.....	19
2.1.3.El turismo.....	21
2.1.3.1.Tipos de Turismo	22
2.1.4.Servicios Turísticos.....	22
2.1.5.Hospedaje o alojamiento.....	23
2.1.5.1.Hoteles apartamento.....	23
2.1.5.2.Establecimientos hoteleros y sus categorías	24
A. Hoteles de una estrella.....	25
B. Hoteles de dos estrellas	25
C. Hoteles tres estrellas.....	26
D. Hoteles de Cuatro Estrellas.....	27
2.1.5.3.Hostales.....	27
2.1.5.4.Cabañas.....	28
2.1.5.5.Hosterías.....	29
A. Servicios que se ofrecen en los establecimientos de hospedaje	30
1. Servicio de Alojamiento.....	31
2. Habitaciones.....	31
3. Salones de eventos.....	32
4. Servicio de catering.....	32
5. Diversión y relajación	33
6. Lavandería.....	34
7. Recepción.....	35
2.1.6. Relación entre el turismo y el alojamiento.....	35
2.1.7.Servicio de Restauración	36
2.1.9.Discotecas	38
2.1.10 Operadora turística	38
2.1.11.Complejos turísticos.....	39
2.1.12.Turismo comunitario.....	40
2.1.13.Prestadores del servicio turístico	41

2.1.14. Derechos y obligaciones de los prestadores de servicios turísticos	41
2.1.15. Concepto de desarrollo	44
2.1.16. Desarrollo turístico	45
2.2. POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL	46

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	53
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	53
3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	53
3.3. MÉTODOS	54
3.3.1. Método deductivo	54
3.3.2. Método inductivo	54
3.3.3. Método analítico	55
3.3.4. Método sintético	55
3.4. TÉCNICAS	55
3.4.1. Encuesta	55
3.4.2. Entrevista	56
3.5 INSTRUMENTOS	56
3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA	57
3.6.1. Población	57
3.6.2. Muestra	57

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	60
4.1. PRESENTACIÓN	60
4.2. ANÁLISIS	62
4.2.1. CUESTIONARIO 1: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS MORADORES DEL CANTÓN ANTONIO ANTE.	62
4.3. La entrevista	75

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	85
5.1. CONCLUSIONES	85

5.2.RECOMENDACIONES	86
---------------------------	----

CAPÍTULO VI

6.PROPOSTA ALTERNATIVA	88
6.1.PRESENTACIÓN	88
6.2.TÍTULO DE LA PROPOSTA	88
6.3.ANTECEDENTES.	88
6.4.JUSTIFICACIÓN	89
6.5.FUNDAMENTACIÓN.....	90
6.5.1.Comunicación	90
6.5.2.Diseño.....	91
6.6.OBJETIVOS	96
6.6.1.General.	96
6.6.2.Específicos.....	96
6.7.UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA	97
6.8.DESARROLLO DE LA PROPOSTA	97
6.8.1.Se establece la necesidad	97
6.8.2.Soporte/ Formato.	97
6.8.2.1.Soporte: Catálogo web.....	97
6.8.3 Concepto Grafico	98
6.8.4.Retícula.....	99
6.8.5.Recopilación de Información.....	100
6.8.6.Clasificación.....	112
6.8.7.Diagramación.....	114
6.8.7.1.Logotipo.....	114
6.8.7.2.Portada.....	114
6.8.7.3.Contraportada	115
6.8.7.4.Número de hojas y páginas	115
6.8.7.5.Diseño de las paginas informativas.....	115
6.9.Diseño del Catalogo.....	118
6.10.IMPACTOS.....	124
6.10.1.Impacto económico	125
6.10.2.Impacto Empresarial	126
6.10.3.Impacto turístico.....	127
6.11.DIFUSIÓN.....	128
6.11.1.FINANCIAMIENTO	128

6.12.BIBLIOGRAFÍA.....	129
6.13.ANEXOS.....	132
ANEXO 1: Árbol de Problemas	132
ANEXO 2: Matriz Categorial	133
ANEXO 3: Matriz de coherencia	135
ANEXO 4: Formato Encuesta	136
Anexo 5: Formato entrevista.....	141
Anexo 6: Glosario de Términos.....	142
Anexo 7: Captura Urkund.....	145

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población de antonio ante.....	58
Tabla 2: Establecimientos de servicios turísticos.....	59
Tabla 3: Determinación de la situación actual de la oferta de servicios turísticos:.....	61
Tabla 4: Género	62
Tabla 5: Edad.....	63
Tabla 6: Nivel de instrucción	64
Tabla 7: Infraestructura de hospedaje	65
Tabla 8: Tipos de establecimientos más solicitados	66
Tabla 9: Calidad en servicios de hospedaje.....	67
Tabla 10: Servicios turísticos más solicitados.....	68
Tabla 11: Prestación de servicios turísticos en el cantón.	69
Tabla 12: Servicios complementarios	70
Tabla 13: Herramienta de publicidad	71
Tabla 14: Desarrollo turístico del cantón.....	72
Tabla 15: Impresión que se lleva el visitante	73
Tabla 16: Propuesta para difusión	74
Tabla 17: Entrevistados	75
Tabla 18: Diagnóstico de la situación actual de servicios turísticos.....	76
Tabla 19: Tipos de turismo de acuerdo a:.....	82
Tabla 20: Alojamientos en antonio ante	83
Tabla 21: Servicios en antonio ante.....	83
Tabla 22: Restaurantes:.....	100
Tabla 23: Diversión	105
Tabla 24: Alojamiento	106

Tabla 25: Complejos y recepciones	109
Tabla 26: Fiestas populares y atractivos.....	110
Tabla 27: Restaurantes.....	112
Tabla 28: Alojamiento	112
Tabla 29: Complejos y recepciones	113
Tabla 30: Bares y discotecas	113
Tabla 31: Paginas del catalogo.....	115
Tabla 32: Impactos	124
Tabla 33: Impacto social	124
Tabla 34: Impacto económico	125
Tabla 35: Impacto empresarial.....	126
Tabla 36: Impacto turístico.....	127

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Género.....	62
Figura 2: Edad	63
Figura 3: Nivel de instrucción.....	64
Figura 4: Infraestructura de hospedaje	65
Figura 5: Establecimientos más solicitados	66
Figura 6: Servicios turísticos más solicitados.....	68
Figura 7: Servicios complementarios	70
Figura 8: Herramienta de publicidad	71
Figura 9: Impresión que se lleva el visitante	73
Figura 10: Propuesta para difusión	74
Figura 11: Logotipo	98
Figura 12: <i>Retícula</i>	99
Figura 13: <i>Grilla con logotipo</i>	114
Figura 14: <i>Portada</i>	114
Figura 15: Diseño de página	115
Figura 16: <i>Diseño de página 2</i>	116
Figura 17: Diseño de página 3.....	116
Figura 18: Diseño de página 4.....	117

Figura 19: Diseño de página 5.....	117
Figura 20: Diseño de logotipo	118
Figura 21: Diseño de portada.....	118
Figura 22: <i>Restaurante</i>	119
Figura 23: <i>Restaurantes 2</i>	119
Figura 24: <i>Restaurantes 3</i>	120
Figura 25: <i>Alojamiento</i>	120
Figura 26: <i>Alojamiento 1</i>	121
Figura 27: <i>Alojamiento 2</i>	121
Figura 28: <i>Fiestas populares y atractivos turísticos</i>	122
Figura 29: <i>Fiestas populares y atractivos turísticos 1</i>	122
Figura 30: <i>Fiestas populares y atractivos turísticos 2</i>	123
Figura 31: <i>Fiestas populares y atractivos turísticos 3</i>	123

INTRODUCCIÓN

El turismo, es una de las actividades que dinamiza la economía de los sectores en que está involucrado. El llamado efecto multiplicador, no solo impulsa el desarrollo de las empresas del sector, sino que además apoya a los sectores como la industria textil, la agricultura, el comercio, la cultura, entre los relacionados con él, por consiguiente es una alternativa de desarrollo social y económico. Ecuador es un destino turístico, poseedor de variedad de atractivos naturales, culturales, materiales e inmateriales con reconocimiento a nivel internacional.

Imbabura una de sus provincias, reconocida por poseer una gran variedad de lagos y lagunas, por la variedad de colores que cobijan sus montañas, maravillas naturales que la hacen sobresalir en el norte del país, pero también la oferta de gastronomía típica y diversa, además de las manifestaciones culturales propias de su gente. La presente investigación hace referencia a la proporción de ofertas de servicios turísticos y hospedaje del cantón Antonio Ante, con el fin de analizar y posteriormente definir la incidencia de estas actividades en el desarrollo turístico del contexto donde se realiza, brindando un aporte significativo, con enfoque sistémico y visión futurista tomando en cuenta las principales atracciones de tipo cultural, gastronómico y textil que exhibe Antonio Ante, fortaleciendo la dinámica económica a través de la participación colectiva.

El estudio está organizado y desarrollado en seis capítulos, que a continuación se describen.

El Capítulo I, referente al Problema de Investigación, especifica la problemática identificada, los antecedentes, los cuales sirven para iniciar con este proceso, los objetivos y las razones que motivan a elaborar este trabajo.

El Capítulo II, describe el Marco Teórico, detalla la fundamentación teórica destacándose temas como; el hospedaje, el turismo, los servicios turísticos y sus características, los prestadores de servicios turísticos, entre otros; temas que sustentan el desarrollo del trabajo.

El Capítulo III, Metodología de la Investigación, puntualiza las actividades para la recolección de información, además de las técnicas usadas para calcular la muestra a investigar.

El Capítulo IV, referente al Análisis e Interpretación de resultados, explica los resultados obtenidos con las herramientas de investigación, analizados e interpretados.

El Capítulo V, detalla las Conclusiones y Recomendaciones, emitiendo afirmaciones acerca de la investigación, así mismo, manifestando varias recomendaciones.

El Capítulo VI, describe la Propuesta Alternativa, esclarece el tema, antecedentes, justificación, su respectiva fundamentación y desarrollo, sucesivamente procurar dar solución al problema de la investigación,

CAPÍTULO I

1 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

El Cantón Antonio Ante, ubicado geográficamente en una zona privilegiada, que le proporciona un potencial natural inmejorable, una industria muy próspera y un ambiente muy productivo, por la existencia de agua, incluso en épocas de verano, convirtiéndolo en un gran destino turístico, compuesto por atractivos naturales, culturales y artificiales y una extensión de 79km²., en la actualidad con escaso aprovechamiento e inadecuada explotación, debido a la falta de difusión del lugar, situación que se pretende mejorar en parte con la elaboración de esta investigación.

En lo que respecta a alojamiento, la infraestructura y variedad está muy limitada, como lo menciona.(Ávila, M, pág. 2), “Tomando en cuenta los diferentes eventos que se desarrollan en el cantón la planta hotelera es muy poca y es por esa razón que los turistas optan por solo visitar y no quedarse por uno o dos días” Es preciso resaltar, que la calidad del servicio de hospedaje está vinculada a la infraestructura de un establecimiento de alojamiento, por tanto es necesario el adecuado mantenimiento y ordenamiento de cada uno de los espacios dispuestos para el visitante.

En cuanto a gastronomía, el cantón posee una variedad de platos característicos, como son: la deliciosa fritada de Atuntaqui, que tiene un legado ancestral e histórico, los tradicionales cuyes de Chaltura, parroquia conocida a nivel internacional como “la capital mundial del cuy”, complementados con los helados típicos de crema, una gran variedad de aperitivos, productos elaborados a base de maíz, entre otros.

El cantón cuenta con manifestaciones culturales, que atraen cada año a un mayor número de turistas, una de estas, la fiesta de inocentes, llevada a cabo cada 31 de Diciembre, por la corporación del mismo nombre, tradición con más de 50 años de trayectoria, fue declarada en el 2007 como Patrimonio Inmaterial de la Nación, y los participantes concursan por el trofeo mayor que es: La Careta de Oro (donde, la creatividad, la jocosidad y las bromas, son las características esenciales).

1.2. Planteamiento del Problema

El contexto es identificado por las festividades que se realizan en distintas fechas del año, donde exhibe la industria textil, artesanal, gastronómica y manifestaciones de tipo cultural.

En el cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, el problema de investigación es la limitada oferta de servicios turísticos y la incidencia en el desarrollo del mismo.

El tema de los hospedajes en el cantón, pasa inadvertido, cuya motivación de los turistas, es visitar su entorno y atractivos y conjugar con los servicios turísticos, prefieren trasladarse a ciudades aledañas, dinamizando el desarrollo del ámbito turístico y sus actividades, como el comercio; el incremento del turismo es notorio, ampliando la necesidad de hospedarse, pero con la limitada oferta de planta hotelera, no lo hace, quizás por la mínima infraestructura de servicios de hospedaje repercutiendo en poca oferta de servicios de alojamiento para turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad por temas de comercio y gastronomía.

Una oferta de hospedaje, complementada con servicios turísticos tales como: gastronomía, diversión, cultura y tradición. Según varios factores dinamizarían el turismo y economía del cantón Antonio Ante, con la implementación de emprendimientos en el ámbito de servicios turísticos y principalmente de hospedaje, creando nueva infraestructura de alojamiento y su adecuada promoción, se obtendría un significativo desarrollo del ámbito turístico,

Es imprescindible saber que, una conveniente visión turística en la actualidad, es una alternativa a varias maneras de desarrollo, pero, al no ser valorada, generaría de cierta manera, desempleo y pérdidas financieras, el turismo fortalece la economía de un sector, impulsando de manera rentable el desarrollo social, comercial, cultural, histórico, entre otros

1.3. Formulación del problema

De acuerdo a lo expuesto en el punto anterior se determina la siguiente interrogante. ¿Cómo la limitada oferta de servicios turísticos y hospedaje, incide en el desarrollo del cantón Antonio Ante?

1.4. Delimitación

1.4.1. Unidades de observación

La investigación realizada en el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, ha evidenciado un déficit de infraestructura e información sobre servicios turísticos, tales como: hospedaje, gastronomía, diversión y relajación, turismo comunitario y cultural, entre otros, pese a la variedad de atractivos con los que cuenta. Estos lugares representan la esencia, historia y tradición del cantón.

1.4.2. Delimitación espacial

El presente estudio se delimito en el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, que incluye a sus parroquias urbanas: Atuntaqui y Andrade Marín, y sus parroquias rurales: San Roque, Natabuela, Chaltura e Imbaya

1.4.3. Delimitación temporal

La delimitación temporal que tuvo este trabajo, fue desde el mes de noviembre del 2014 hasta el mes de septiembre del 2016

1.5. Objetivos.

1.5.1. Objetivo general

- Determinar la oferta de servicios turísticos y hospedaje y su incidencia en el desarrollo turístico del Cantón Antonio Ante.

1.5.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de la oferta de servicios turísticos en el cantón Antonio Ante.
- Establecer la influencia de los servicios a fines al turismo, en el desarrollo turístico del cantón Antonio Ante.
- Diseñar un catálogo en línea, que provea al turista información precisa acerca de los establecimientos de prestación de servicios turísticos y hospedaje en el cantón Antonio Ante.

1.6. Preguntas de investigación

- ¿Qué tipo de servicios turísticos se ofertan en el cantón Antonio Ante?
- ¿Cómo influyen los servicios a fines al turismo en el desarrollo turístico del cantón Antonio Ante?
- ¿Cómo proveer al turista de información precisa acerca de los establecimientos de prestación de servicios turísticos y hospedaje en el cantón Antonio Ante?

1.7. Justificación

Al realizar este estudio se pretende motivar un cambio en el cantón Antonio Ante, implementando soluciones que aporten al fortalecimiento de la infraestructura de hospedaje y el posicionamiento de sus servicios turísticos para atraer más visitantes, ya que el turismo es una de las principales fuentes de ingreso del sector, al incrementar el flujo de turistas nacionales y extranjeros, traería consigo un desarrollo turístico, social y económico al cantón y a sus habitantes.

Al extender la afluencia de turistas con la visita de diversos lugares como sus tolas más conocidas: la Pailatola, Orozcotola, y Pupotola, además de degustar su variada y típica gastronomía como son la fritada, legado ancestral y los cuyes de Chaltura conocidos a nivel internacional, apreciar la cultura indígena aún vigente de San Roque y Natabuela, además de obtener artesanías de lana y cabuya. En Imbaya, saborear el tradicional jugo de caña fabricado en las moliendas muy comunes de la parroquia. En Atuntaqui, los almacenes e industria textil y en Andrade Marín, el emblema a nivel nacional la ex Fábrica textil Imbabura, sinónimo de desarrollo, ahora convertida en un museo de sitio y complejo turístico, las festividades de inocentes y fin de año, ambos declarados patrimonios del Ecuador

Todo lo anteriormente mencionado, promovería la permanencia de los visitantes y por ende motivaría la ampliación de la infraestructura de alojamiento y los servicios turísticos complementarios, así como también el

cuidado y protección del entorno natural y artificial, de tal manera que se fomentaría un recurso positivo ante la desfavorable situación que atraviesa el sector textil, debido a la conocida fuga de capital hacia el vecino país de Colombia, por la depreciación del peso y apreciación del dólar, motivo obvio para la enérgica reducción de hasta el 60% del nivel de ventas en los locales comerciales, afectando la economía local.

Con esta nueva alternativa los emprendimientos turísticos generados por los habitantes, fortalecerían los servicios turísticos y alojamiento, a tal punto que satisfagan las expectativas del visitante, siendo un gran aporte para el cantón reactivando la economía mediante el turismo, así los ciudadanos obtendrían beneficiados económicos significativos, con nuevas experiencias.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Antonio Ante es un cantón de la Provincia de Imbabura, políticamente se divide en las parroquias Andrade Marín, Chaltura, Natabuela, San Roque e Imbaya, además de su cabecera cantonal, Atuntaqui.

Son variadas las alternativas y por las que en el cantón Antonio Ante se puede practicar caminatas, camping, excursiones, trekking, shopping y muchas otras actividades para la diversión del visitante.

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. El Servicio

Se considera como servicio, a una palabra muy generalizada y que engloba a gran variedad de tareas y actividades con las que se pretende complacer las necesidades, principalmente de las personas, grupos de personas, entre otros. Un servicio posee varias conceptualizaciones, esto depende del el área o el ámbito en que se lo emplee, como ejemplos se tiene actividades del ámbito turístico y económico.

Y según(Vargas, 2007): los servicios “se originan con la aparición del hombre sobre la tierra, con sus necesidades básicas de alimentación, salud, abrigo, vivienda y educación” (p. 1).

Se demuestra que el servicio tuvo sus inicios, y que fue debido a un tipo de carencia de la humanidad, como lo menciona Vargas, M (2007). También se puede decir que un servicio no es algo físico más bien subjetivo, esto indica que no puede ser tocado o poseído, simple y sencillamente disfrutarse mediante una serie de procesos que el prestador del servicio otorgue.

2.1.1.1. Características del Servicio

El servicio como cualquier otra actividad de prestación, tiene sus características, se ha logrado identificar al menos cinco características fundamentales y relevantes, detalladas a continuación.

1 Intangibilidad

Para la descripción de este concepto (Grande, 2006), menciona: “Que un servicio sea intangible significa que no se puede apreciar con los sentidos antes de adquirirlo” (p. 35). Se concuerda con el texto anteriormente mencionado, ya que un servicio no puede ser visto, escuchado, palpado, percibido o degustado, antes de haberlo comprado y disfrutado. Por lo que supone un riesgo para el cliente ya que no tiene la certeza de lo que está adquiriendo al momento de comprarlo, de tal manera que, si no disfruta o cumple sus expectativas el servicio, lo más seguro es que realice una queja dirigida a la empresa de donde obtuvo una mala experiencia.

2 Variabilidad

Esta característica se enfoca en que, un servicio puede ser prestado de diferentes maneras, esto depende principalmente de quien, donde y como se lo presta, como ejemplo:

La cadena de “Hoteles Marriot”, en uno de sus hoteles tendrá una muy buena atención, con personal muy amable, respetuoso y formal, mientras que en otro hotel de la misma cadena, se preste un servicio un tanto deficiente y que no satisfaga al cliente, eh ahí la variabilidad en un servicio. (Thompson, 2006, p. 5)

3 Heterogeneidad

Se refiere a que, un servicio nunca será igual a otro, y más aun dependiendo de la empresa en donde sea prestado como ejemplo:

Los productos pueden ser iguales por el hecho de que están desarrollados tecnológicamente y a base de un patrón; por el contrario un servicio siempre cambiara dependiendo de la perspectiva del prestador del servicio, pero también del cliente, ya que un servicio se prestara de acuerdo a la actitud del consumidor, en definitiva los servicios no están estandarizados lo que los hace únicos y difíciles de conceptualizar de una sola manera, ya que también pueden estar acompañados de productos lo que hace de ellos más flexibles y diferentes. (Cubillo, y Cerviño, 2008, p. 29).

4 Inseparabilidad

Característica que (Kotler, 2003), afirma: “los servicios no se pueden separar de sus proveedores, sean estas personas o maquinas” (p. 307).

Lo que evidentemente implica que el cliente está estrechamente relacionado con el desarrollo y prestación del servicio por parte del proveedor. Como lo menciona Grande (2005)

Un servicio nunca se concretara si uno de los dos implicados sea este el prestador del servicio o el cliente, están ausentes, como ejemplo se puede citar a la elaboración de un itinerario, a la póliza de seguro, entre otros que hacen de esta una característica esencial. (p. 37)

5 Perecibilidad

Es una característica de mucha importancia en la prestación de un servicio tal y como lo asegura: Kotler (2002). “Los servicios no pueden almacenarse; una vez que un avión despegue o se inicia la exhibición de una película, los asientos no vendidos no se podrán guardar para una venta futura” (p. 202), aseverando lo mencionado anteriormente, si un servicio no se logra vender, pues este de ninguna manera puede ser almacenado, es decir el servicio que no fue prestado, simplemente se pierde, esto viene a convertirse en un problema cuando la empresa o institución que presta el servicio posee baja demanda, mientras que para aquellas que tienen gran demanda no es un problema.

6 Ausencia de Propiedad

Se ha llegado a mencionar esta característica como la más fundamental, ya que la prestación de un servicio no implica que el cliente se adueñe de él, como ejemplo: en el ámbito turístico un huésped no puede apropiarse de la habitación donde durmió durante un viaje, en otras palabras el hecho de pagar por un servicio, simplemente como alquiler, no establece al cliente como dueño del mismo.

2.1.1.2. Elementos del servicio

Para que un servicio sea ofrecido de muy buena manera es necesario el uso de varios elementos, que le proporcionan una prestación adecuada del mismo al cliente, además de que colaboran con la fidelidad a la empresa o institución.

a. Contacto cara a cara

Es preciso describir este elemento del servicio ya que es muy importante en la prestación del mismo, el contacto cara a cara al momento de ofrecer un servicio, es poner al cliente al tanto de lo que está recibiendo o va a recibir pero directamente, de tal manera que, el comprador se sienta seguro de lo que está obteniendo, en este elemento también se puede implementar subelementos como la vestimenta y presentación del prestador del servicio ante el cliente, así como la amabilidad, el humor, la paciencia y la cordialidad con la que se expresa, lo que se pretende con este elemento del servicio es escuchar al cliente, hablar con el cliente, detectar sus necesidades y satisfacerlas. Couso. (2005, p. 131)

b. Relación con el cliente

El prestador del servicio siempre deberá estar dispuesto a ayudar al cliente en todo lo que este requiera, esto puede ser en necesidades básicas del cliente, por lo tanto, es necesario no solo para el bien del prestador del servicio, sino para la empresa o institución que exista una excelente relación cliente - vendedor, para que el sujeto se sienta satisfecho del servicio recibido, proporcionando así, buenas referencias de la empresa o institución donde recibió el servicio, y captándolo desde el contexto del cantón Antonio Ante; es muy necesario este aspecto, debido a que su cabecera cantonal, Atuntaqui, es la más industrializada y por lo tanto la más comercial y en donde los visitantes observan y perciben el trato que se les ofrece, en definitiva es la primera impresión que se le da el comprador de servicios, por lo que, esta debe ser brindada de la mejor manera.

c. Reclamos y cumplidos

La atención de estos dos aspectos en una empresa son totalmente oportunas en la prestación de un servicio, al recibir un reclamo se está dando una sugerencia para que se solucione un problema o bien se atienda de mejor manera al cliente, al contrario la recepción de cumplidos también es algo bueno para los servidores. Haciendo una relación entre estos dos aspectos, son mejores los reclamos ya que con estos se puede perfeccionar lo que la institución oferta, pero con los cumplidos simplemente se afianza a los trabajadores para que sigan haciéndolo como lo hacen, que por cierto es también algo excelente para la empresa. Para poder realizar este elemento con gran éxito, es necesario que el empleado este receptivo a escuchar con atención al cliente y así poder darle una solución a su problema

d. Instalaciones

Es quizá el principal elemento de un servicio ya que sin las instalaciones no pudiese existir, se puede hablar que existe el exterior de una instalación o edificio con lo que respecta a un hotel, también se tiene el área de jardines, la recepción, también áreas de diversión como piscina, spa, canchas deportivas, entre otros. Estos hacen de una empresa muy placentera, segura y atractiva para el cliente, es entonces que por ley general el cliente debe tener lo mejor a su disposición, cabe recalcar que esto depende del tipo o clase de servicios turístico o de empresa a la que el cliente acuda para hacer uso de su oferta.

e. Factores generales que inciden en un mal servicio

Existen varios factores que generan un mal servicio o una mala percepción del servicio brindado a un cliente.

El principal es el relacionado con la sociedad, en la actualidad se cree que, por emitir las famosas propinas a un prestador de servicio, el cliente tendrá un privilegio a la hora de hacer uso de algún servicio, es algo real, ya que ese tipo de conducta en el prestador del servicio hace que se vuelva interesado y por lo tanto a quien no le deje una propina, simplemente no le dará el trato adecuado, por el contrario ofrecerá un mal trato o mal servicio lo que ocasionara un malestar en el cliente.

Por otro lado también se menciona al factor relacionado con la no aplicación o inexistencia de normas o leyes de gestión y calidad, un gran problema al momento de prestar un servicio debido a que se proporcionará un servicio con la misma calidad a los diferentes clientes.

Como último y final factor que perjudica una buena prestación de servicio, es el vinculado con prestación de un servicio empírico o con falta de formación del prestador, esto ocasiona que el cliente piense que está recibiendo servicios inadecuados y de manera no profesional, más aun de baja calidad.

2.1.2. La Calidad en los Servicios

2.1.2.1. Calidad

Es la forma por la cual se atiende, o por la cual un cliente se siente satisfecho, pero en lo que respecta a servicios la calidad es muy subjetiva tal como lo menciona el libro (Editorial Vértice, 2008).

El conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas pero ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes (p. 1).

Entonces la calidad vendría provista con el buen funcionamiento de los elementos que intervienen en un proceso y de la capacidad que estos tengan

de cumplir las expectativas de la clientela, entonces, el vínculo con el cliente, el trato que se le da, entre otros, hacen que la calidad sea excelente en la prestación de un servicio, por ende de vital importancia para una empresa o institución turística, prestar alta calidad en los servicios que se ofrezca.

2.1.2.2. Gestión de calidad en el servicio al cliente

Se sabrá que un servicio se considera de calidad si el cliente y sus expectativas están satisfechos, esto es la principal prueba de que un servicio ofrecido cumple con los requisitos de calidad y calidez, por ende los consumidores sabrán manifestar adecuadas opiniones.

Esto se realiza a través de encuestas para determinar el grado de satisfacción de la clientela mediante la tabulación de los resultados obtenidos, luego cada una de las empresas o instituciones de servicios turísticos podrá realizar organizadamente gestiones que ayuden a mejorar la calidad o en el peor de los casos a incorporar calidad en sus servicios hacia el cliente, de tal manera que pueden desarrollar normas o leyes que favorezcan a cumplir tal objetivo, cabe recalcar que es de vital importancia la gestión de calidad principalmente en empresas de prestación de servicios.

2.1.2.3. Servicio de calidad

De acuerdo a lo anteriormente dicho se puede considerar que un servicio bien brindado puede contener las siguientes características(OMT, Entender el Turismo, 2015):

- Saludar al cliente y no hacerlo esperar.
- Demostrar energía y cordialidad a la hora de presentarse ante el cliente.
- Tratar de resolver los problemas de un cliente en su totalidad.
- Intentar dar más de lo que el cliente espera.
- Cumplir todo lo que se le ofrece al cliente.
- Eficiencia en la prestación de un servicio.
- Expresión de placer al servir al cliente.
- Expresión de agradecimiento.
- Atención a los reclamos.
- Mostrar una buena imagen.

Son unas de las muchas características para prestar excelente calidad en los servicios. Hay que enfatizar, lo más importante por entender es que, un servicio de calidad permitirá a la empresa un futuro promisorio, no solo económico, sino de buena fama si cabe el termino, en lo largo de su funcionamiento.

2.1.3. El turismo

Para (OMT, 2015), “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”.

En relación a lo anteriormente dicho, es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanzas derivadas de los desplazamientos humanos transitorios o temporales de transeúntes o de fuertes núcleos de población, con propósitos de actividades diversas y múltiples necesidades y deseos humanos con diversidad de motivaciones, el desplazamiento de personas, es ya una actividad que busca la diversión y relajación de las personas y que genera réditos no solo a la industria turística sino que también al ser un efecto multiplicador, el turismo, se interrelaciona con otros sectores de la economía, a tal punto que debido a esto, se involucran cada vez más nuevos o ya existentes emprendedores que brindan servicios y actividades de todo tipo, complementarios al turismo sin duda.

Con respecto a la situación turística actual del cantón Antonio Ante, se evidencia que posee escasa actividad turística, tanto a nivel global y parroquial, pero principalmente las parroquias de Atuntaqui, Andrade Marín, Chaltura.

2.1.3.1. Tipos de Turismo

Existen en la actualidad una variedad de tipos de turismo, que en Antonio Ante pueden ser practicados por los servidores turísticos como: las operadoras de turismo, a continuación se mencionaran, los más significativos de acuerdo al contexto:

2.1.4. Servicios Turísticos

Son actividades que generan réditos económicos para quienes los prestan y satisfacen necesidades o deseos como lo se menciona a continuación. Primero hay que comprender qué es un servicio, y Cantú (2011), especifica que: "un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza mediante la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacer un deseo o necesidad". (p. 153)

En consecuencia, los servicios turísticos son aquellos que se brindan a los visitantes o turistas y pueden ser: un guía en los viajes, servicios de alimentación, de hospedaje, entre otros, principalmente lo que tratan de hacer los servicios turísticos es complacer al turista de la mejor manera, para que sus viajes sean divertidos, gratos y placenteros, además relajados y muy bien planeados. Se debe tomar en cuenta que los servicios turísticos son muy variados, por lo que cambian de costos y de calidad.

Los servicios, de este modo, son prestaciones que una persona contrata, cuando desea realizar turismo. El concepto abarca diferentes cuestiones que

están totalmente ligadas a las actividades que desarrollan los turistas en cualquier contexto en el que se efectuó. Los principales servicios ofrecidos y quizá también los más demandados son los servicios de alojamiento, restauración y diversión, y que se los vera más detalladamente a continuación.

2.1.5. Hospedaje o alojamiento

Son los servicios que en la actualidad y en sus inicios han brindado pernoctación, el artículo Turismo y Alojamiento (www.scribd.com, 2015) ha incorporado que. Es todo establecimiento que presta al público un servicio para hospedaje en forma temporal, que funciona en una edificación construida acondicionada para tal fin”

De acuerdo a lo señalado, alojamiento son los establecimientos destinados a otorgar pernoctación al público, sean estos de tipo permanente o temporal, tal es el caso de los espacios de camping, y que está muy ligado al ámbito turístico, ya que el desplazamiento de visitantes asegura su uso y se genera un ingreso económico para el empresario o emprendedor que brinda este tipo de prestación.

2.1.5.1. Hoteles apartamento

Según Melgosa. (2007), manifiesta que:

Se entiende por hotel apartamento el establecimiento que, además de prestar servicios turísticos de alojamiento y de comedor con o sin servicios complementarios, dispone, por estructura y servicios, de las instalaciones adecuadas para la conservación, la elaboración y el consumo de alimentos dentro de todos o alguna de las unidades de alojamiento. (p. 214)

Como se afirma en la cita textual, son establecimientos muy parecidos a los departamentos, por que poseen una estructura amoblada y ya dispuestos para el uso de los turistas, visitantes o huéspedes.

2.1.5.2. Establecimientos hoteleros y sus categorías

Los establecimientos hoteleros son aquellos que buscan brindar servicios de alojamiento a las personas que se encuentran lejanas a su lugar de residencia, la calidad en los servicios que brindan estos establecimientos será determinada principalmente por la clasificación oficial a la que pertenezca, sino también por el tipo de atención que se brinde al cliente, pudiendo ser esta personalizada y amable, el estado de sus instalaciones, principalmente de las habitaciones, pero también actualmente se implica bastante el respeto con el medio ambiente, además, la (OMT, Integrar las críticas de los huéspedes en la clasificación hotelera puede tener consecuencias positivas, 2014)menciona que:“la integración de las críticas de los huéspedes en la clasificación de hoteles puede generar ganancias financieras a la vez que se atiende a las necesidades y expectativas de los huéspedes”.

Es decir y en coincidencia con la cita anteriormente señalada, el cliente está estrechamente ligado a la prestación del servicio de hospedaje, al análisis y evaluación del mismo, por lo que es necesario en todo el proceso, y en el proceso de alojamiento aún más, porque es uno de los servicios turísticos más solicitados con respecto a las tendencias actuales del turista o visitante.

a. Hoteles de una estrella

Son establecimientos con adecuaciones muy básicas, quizá dirigidos a públicos con limitaciones económicas, tal como lo asegura Vértice Editorial (2009, p. 14) “Los hoteles de una estrella dispondrán de locales, mobiliario y equipos sencillos pero cuidados, ofreciendo un mínimo de comodidad”

Son de baja categoría, poseen lo necesario para alojar a los huéspedes pero quizá con dificultades como un baño compartido, más bien están destinados para públicos de bajo estatus económico, pero siempre para satisfacer necesidades de alojamiento.

b. Hoteles de dos estrellas

Son hoteles aun de baja categoría por lo que ofrecen precios bajos, como se menciona a continuación en la publicación de Hoteles y sus categorías.

Establecimiento que provee al huésped de alojamiento, cuenta con cafetería a horas determinadas, limpieza en la habitación, cambio de blancos y toallas diario, sus muebles son sencillos, su personal de servicio y atención al huésped se limita a la atención de limpieza en cuartos y recepción de huésped. (www.datatur.sectur.gob.mx)

De acuerdo al texto, estos establecimientos al ser de baja categoría, brindan servicios muy básicos como la alimentación y bebidas, así como las habitaciones son confortables pero no muy bien adecuadas lo que los hace aun de una calidad baja.

c. Hoteles tres estrellas

Al ser de mejor calidad que los anteriores estos hoteles suelen cobrar más por sus prestaciones, por el mismo hecho de ya poseen una variedad de mobiliario para la satisfacción del cliente, turista o huésped, sus habitaciones suelen estar equipadas de armario o closet, una mesa o cómoda, televisión, teléfono privado y un baño individual y confortable

Entonces muchos de estos hoteles también cuentan con servicio de internet, lo que hace que el huésped se sienta más confortable, pero carecen de varios servicios que los hoteles de la siguiente categoría si poseen, es por eso que estos establecimientos ya son de categoría media

d. Hoteles de Cuatro Estrellas

Son establecimientos de hospedaje como lo anteriormente descritos, pero mejoran sus prestaciones para el huésped, es decir para que el cliente se sienta totalmente satisfecho, como lo asegura Guzmán (2013)

Estos hoteles están considerados de primera clase: son lujosos, con comodidades amplias como habitaciones grandes y lujosamente decoradas, que incluyen accesorios tales como secador de cabello, gel de baño y TV por Cable. También ofrecen una serie de facilidades como: tienda del estilo dutyfree, servicio de lavandería, centro de reuniones de negocios y empresariales y centros de ocio, como mesas de billar o cartas.(p. 10)

Es decir son alojamientos que brindan las suficientes prestaciones para el descanso de sus clientes por lo que tienen un costo más elevado de alquiler pero muy buen servicio, es en consecuencia que se los considera de alta categoría y más costoso que los de categoría media, muchos de estos hoteles de alta categoría son apreciados por personas que tienen facilidad económica y buscan una mayor satisfacción y descanso.

Con respecto a los establecimientos hoteleros que en el cantón Antonio Ane existen, se puede mencionar a un hotel de tres estrellas, el cual posee una diversidad de prestaciones para el usuario, destacando a la vez la hospitalidad del cantón en mención.

2.1.5.3. Hostales

Son también establecimientos de hospedaje que difieren de los hoteles, como se indica en el blog Tipos de alojamiento:

Ofrecen habitaciones compartidas con camas para varias personas, de 4 a 20 personas y más. Los dormitorios pueden ser pequeños o grandes, para solo mujeres, solo hombres y mixtos siempre compartida con personas que no se conocen (todavía). Aunque otros hostales también ofrecen habitaciones privadas con baño o sin baño. (www.hostelsclub.com)

Está muy claro entonces que los hostales se diferencian bastante de los hoteles, pues son destinados a públicos que prefieren compartir varios servicios como el baño, por lo que es más difícil conseguir las prestaciones que en un hotel fácilmente se obtendría, es por esto que este tipo de establecimientos de alojamiento son más baratos en cuanto a precio de alquiler se refiere.

2.1.5.4. Cabañas

Son de igual manera estructuras acordes para alojamiento, como se menciona en el blog Cabañas y su uso:

Una cabaña es una construcción que se desarrolla en un ambiente rural, es una vivienda moderna, confeccionada en materiales sencillos. En algunas ocasiones estas se encuentran construidas en la ciudad, pero no son tan llamativas como aquellas que se desarrollan en una zona natural. Su utilidad ha sufrido un giro en la actualidad, debido a que antes estas eran utilizadas por los trabajadores agrícolas y sus familiares. Actualmente y con marcha del tiempo las cabañas han sido utilizadas para vacacionar, incluso hay hoteles que poseen complejos desarrollados a partir de cabañas. (www.arqhys.com)

De acuerdo a lo anteriormente mencionado, las cabañas en el ámbito turístico y de hospedaje están siendo cada día más utilizadas en nuestro medio, inclusive por turistas extranjeros, quienes son más atraídos por este tipo de alojamientos, más aun las de tipo ecológico, ubicadas en los alrededores del casco urbano o mejor dicho en lugares rurales en los que se siente con más intensidad la naturaleza y paisajes. Son en la actualidad muy cotizadas por los visitantes extranjeros quienes buscan actividades al aire, relajación y vivencias con la gente.

2.1.5.5. Hosterías

Son establecimientos de alojamiento, que suelen prestar servicios adicionales como piscina, spa, entre otros, como lo asevera a continuación:

La infraestructura hostelera se presenta en áreas situadas por lo general en zonas naturales y prestan servicios similares a los centros de hospedaje como los hoteles, pero presentan diferencias en su estructuras; ya que éstas por lo usual son elaboradas con materiales del entorno (ecológicas), respetando así el ambiente, También permiten el desarrollo local donde se encuentran ubicadas ya que generan nuevas fuentes de empleos(Vera, 2012, p. 13).

Efectivamente se concuerda con el autor ya que una hostería brinda fuentes de empleo al entorno en el que se encuentra, muchas veces se encuentran en lugares lejanos a los núcleos urbanos por lo que son más naturales y atractivas para el turista, este tipo de establecimiento también suele presentar áreas de diversión y relajación como spa, piscina, karaoke, entre otros.

Con respecto a la presencia de este tipo de establecimientos en el cantón Antonio ante, se evidencia claramente que existen en mayor proporción que los otros tipos de establecimientos de alojamientos mencionados anteriormente, por lo que se ubican en las diferentes parroquias para abastecer a los visitantes, con variados servicios y acorde a las tendencias actuales de los visitantes.

2.1.5.6. Hospedaje comunitario

El hospedaje comunitario es la actividad que llevan a cabo miembros de comunidades rurales, que se organizan de manera que buscan prestar servicios de alojamiento. Generalmente se trata de comunidades indígenas o mestizas que viven en sectores alejados del núcleo urbano, básicamente alquilando sus casas tradicionales a los visitantes, por lo general extranjeros a quienes les gusta interactuar en un lugar más natural. Los ingresos económicos suelen ser distribuidos equitativamente para todos miembros de la comunidad que hayan prestado algún tipo de servicio al visitante

En la actualidad este tipo de alojamiento se ha vuelto muy común en países latinos, los cuales son muy visitados principalmente por turistas europeos y norteamericanos.

a. Servicios que se ofrecen en los establecimientos de hospedaje

Con respecto a hospedaje, se tienen varios tipos de servicios, obviamente esto dependerá del tipo de establecimiento, a continuación se detallara

algunos de los servicios más comunes y generalizados dentro del contexto en estudio.

1. Servicio de Alojamiento

Es un servicio dedicado a la pernoctación del turista o viajero, priorizando el descanso. Para el siguiente autor (Vera, 2012), define como:

El servicio de alojamiento turístico se define como una actividad de oferta, la misma que está dirigida a personas que por lo menos pernoten una noche en un establecimiento que brinde o cuente con estos servicios, además estos centro de hospedaje pueden ser temporales o habituales, los mismos que son remunerados por el usuario, en el que también se incluyen otros servicios adicionales o complementarios a estos, como los servicios de restauración y recreación. Todos estos debidamente equipados para su normal y buen funcionamiento (Pág. 12)

El alojamiento es un negocio, que busca generar lucro para el propietario del establecimiento y también busca complacer las necesidades del cliente de la mejor manera y con los servicios oportunos y muy bien brindados, es decir es un servicio que se interrelaciona muy estrechamente con el turismo ya que genera economía para el sector donde está ubicado y para todas los entes involucrados como pueden ser los empleados del mismo establecimiento hotelero como también para los negocios de los alrededores del mismo.

2. Habitaciones

Es el servicio principal que se presta en un hotel y puede venir acompañado de servicios complementarios como televisión, teléfono,

internet, servicio a la habitación, entre otros, el hospedaje se lo brinda dependiendo del número de huéspedes, en habitaciones simples, dobles, triples, y también en dependiendo de la categoría del establecimiento. Los hoteles actualmente están ganando fama, debido a que el turismo está evolucionando de manera rápida, es por eso que los empresarios se ven cada día en la necesidad de innovar sus plantas hoteleras para poder estar a la vanguardia en cuanto a hospedaje se refiere.

3. Salones de eventos

Son servicios que en la actualidad están ganando campo, principalmente en los hoteles de alta categoría es decir para aquellos que poseen entre cuatro y cinco estrellas, pues estos cuentan con grandes salones de eventos y convenciones, los que son usados por grupos de personas para la realización de actos, al hacer uso de estos espacios de un hotel, también suele venir acompañado de otro servicio, el servicio de catering, para que el cliente se sienta a gusto y muy cómodo.

Concluyendo son lugares muy bien adecuados para eventos de cualquier tipo, pero generalmente para eventos sociales, galantes, entre otros.

4. Servicio de catering

Es de cierta manera un servicio complementario pero también dirigido al sector turístico, como se señala en el blog Eventos y Congresos:

Se denomina catering, al servicio que provee de comida y bebida a fiestas, eventos y presentaciones en general, muchos salones de fiestas, hoteles y empresas del rubro proveen este servicio junto al alquiler de sus instalaciones. En el servicio se puede incluir la mantelería, los cubiertos, y hasta el servicio de cocineros, camareros y personal de limpieza posterior al evento. (www.ineventos.com)

En definitiva es un servicio complementario al de los salones de eventos, se sabe que existen congregaciones de turistas que buscan realizar eventos de cualquier índole en lugares ajenos, es para eso que existe este tipo de servicio en el que se satisface las necesidades de la demanda a través de adecuadas maneras de brindar la comida, la bebida, aperitivos y demás productos y servicios relacionados con la elegancia de un evento galante.

El catering también puede incluir mesas, sillas, pista de baile, carpas, plantas eléctricas, cristalería, individuales y porta vasos, cristalería de bar, recipientes para servir, saleros, pimenteros, entre otros.

5. Diversión y relajación

Son servicios complementarios, de igual manera esto depende de la categoría del establecimiento y de cuanto está dispuesto a pagar el cliente, podemos mencionar piscinas, área de juegos infantiles, entre otros, pero en especial el Spa (salud por agua), que ha ido abriendo camino en la actualidad, debido a que el visitante busca relajarse y es ahí donde puede hacerlo, también se olvidaba mencionar otros servicios como el Tv cable, internet y teléfono, que en un hotel, complejo turístico, entre otros, hoy en día

son muy necesarios para los visitantes para cumplir las exigencias de un mundo totalmente globalizado y a la vanguardia.

Por lo general el spa y la piscina se encuentran en la parte inferior del establecimiento, en donde también es posible encontrar otras diferentes actividades de diversión como son los espacios deportivos ya sean estos de futbol, básquet, vóley, paintball, entre otros servicios; como el jacuzzi.

6. Lavandería

Es muy significativo para el funcionamiento adecuado de un hotel tal y como (Torres, 2004), lo menciona:

Los objetivos del servicio de lavandería y lencería de un hotel son lo suficientemente relevantes como para que tanto el local como las instalaciones en él ubicadas sean objeto de especial atención. Pese a que en la actualidad muchos hoteles utilizan servicios externos para la higienización de gran parte de la ropa que gestionan, la lavandería de un hotel debe estar dotada de instalaciones y maquinaria con capacidad suficiente para realizar el trabajo que el hotel genera. (p. 45)

Enfatizando lo mencionado anteriormente es muy necesario este tipo de servicio, puesto que un establecimiento de hospedaje, debido a la cantidad de clientela que este pueda tener, es más frecuente en establecimientos de alta categoría, pues los de baja categoría también lo pueden tener, claro de menor calidad pero con la misma función, la de satisfacer las expectativas de la clientela a la perfección.

7. Recepción

Este servicio es el primero que se le presta al cliente en establecimiento de hospedaje y según (Navarro, 2009). “el departamento de recepción es el encargado de reservar los servicios solicitados, atender a los clientes que se alojan en el establecimiento, cargar los servicios consumidos por ellos y cobrarles a su salida” (p.6).

Para la asignación de cada uno de los servicios solicitados por el cliente el recepcionista lo hará dependiendo del tamaño del hotel, su categoría, su oferta de servicios, y la cantidad de empleados ahí trabajando. El departamento de recepción es indispensable en un hotel ya que delega cada una de las tareas a todos los otros departamentos del mismo, de este departamento depende toda la estructura organizativa, por lo que es obligado a brindar el más adecuado trato al usuario y empleados.

2.1.6. Relación entre el turismo y el alojamiento

Al ser dos actividades totalmente distintas estas se relación muy estrechamente como se menciona enseguida en el blog sobre Turismo:

El turismo es una actividad realizada por ciudadanos del mundo con mucha frecuencia, ya sea a nivel interno en su país o hacia el extranjero, en nuestro país, el turismo es una fuente importante de ingresos. La Hotelería es una rama del turismo y que es muy importante y está estrechamente relacionada al mundo turístico, ya que brinda la estadía del turista en el viaje.(www.buenastareas.com)

Es necesario recalcar que la relación entre estas dos disciplinas sociales es muy apretada, el turismo sin el servicio de hospedaje no pudiese existir. Además al estar relacionados cumplen un papel importante en el desarrollo turístico y económico, debido a que generan nuevos puestos de empleo para los habitantes cercanos a los emprendimientos de alojamiento y posteriormente se desarrolla el turismo de mejor manera.

2.1.7. Servicio de Restauración

Actualmente los alimentos y bebidas ofrecidas en los establecimientos hoteleros son de mejor calidad y siempre buscando la satisfacción del cliente.

La Restauración hotelera ha evolucionado en los últimos años aunque sin terminar de soltar el lastre de que en los hoteles no se come bien. Hay un buen número de establecimientos que han logrado “independizar” el restaurante del hotel, abriendo sus puertas directamente al exterior. Otros han conseguido asesoramiento de profesionales de la cocina que prestan su *knowhow* especialista y algunos se han tratado de actualizar renovando sus cartas acudiendo a la cocina de mercado o a las tradiciones culinarias de la zona o la región. (Gallego, 2012, p. 32).

Es precisamente porque la restauración en los hoteles ha mejorado considerablemente que se está logrando fidelizar la clientela en los hoteles, pues como bien se mencionó en lo citado anteriormente, se le daba un mal concepto a la gastronomía servida en un hotel, pero actualmente todo ha cambiado.

Por otro lado se tiene a los restaurantes, localizados independientemente, los cuales generan mejores experiencias y están vinculados también muy estrechamente con el turismo ya que son esenciales para la atención del visitante, con respecto a la prestación de la actividad turística, mediante los paquetes turísticos efectuados por agencias u operadoras de turismo, pero también por los turistas individualmente al visitar lugar ajenos a los de sus residencias, promoviendo de esta manera la generación de réditos económicos para el empresario o dueño del restaurant como para sus empleados, pero también para otros negocios cercanos como los supermercados de donde el restaurante se abastece de insumos alimenticios.

2.1.8. Bares

Un bar es un establecimiento comercial donde generalmente se ofrecen bebidas de tipo alcohólicas y no alcohólicas, también suele servirse aperitivos, sin duda para ser consumidos de inmediato en el mismo establecimiento en la barra, por la que toma el nombre este tipo de establecimiento o en mesas individuales. Generalmente quien o quienes atienden en dicho lugar son conocidas como bartender ya que están por detrás de la barra. Aquí también se suele escuchar a artista de música en vivo para animar el ambiente y entretenimiento.

Los visitantes pueden pasar un buen rato en este tipo de establecimiento, disfrutando de una bebida alcohólica o no, también disfrutando de algún tipo

de alimento, es un servicio complementario para el turismo y también por la misma razón tiene un espacio, porque también es de ocio para el visitante.

2.1.9. Discotecas

Una discoteca, es un local público el cual abre sus puertas de preferencia en la noche, para escuchar música, bailar y consumir bebidas.

Generalmente, en una discoteca sólo se expenden bebidas (alcohólicas o no), Se diferencia de otros establecimientos porque la música no es tocada en vivo, sino que proviene del denominado Dj, quien es el que anima la noche mezclando la música. Está estrechamente vinculada con la actividad turística ya que siempre los turistas o visitantes buscan lugares de diversión, pues aquí lo pueden realizar.

2.1.10. Operadora turística

Son de vital importancia en la actividad turística, como se indica en la publicación de Servicios Turísticos:

Un Operador Turístico es una organización encargada de reunir varios servicios proporcionados por los proveedores (aerolíneas, hoteles, compañías de autobuses, restaurantes, guías, etc.) y venderlos al precio todo incluido, es decir una, tarifa plana, o un paquete, así mismo, ofrece a sus clientes todos los servicios turísticos necesarios para que disfrute durante sus vacaciones.(www.veredgo.es)

Básicamente una operadora turística, junta todos los servicios que complementan al turismo en paquetes muy bien elaborados, de manera que

el turista simplemente pague por el servicio y disfrute todo lo que en él se ofrece, la mayoría de las veces cada uno de estos paquetes puede incluir guías para efectuar actividades inmersas en las vacaciones contratadas.

Existen también operadoras de tipo comunitario, las cuales obviamente están conformadas por varios socios, que buscan principalmente brindar servicios turísticos pero en lugares rurales o alejados de los núcleos urbanos, y siempre buscan el beneficio colectivo, la mayoría de veces se organizan en una comunidad, y los socios brindan alojamiento, alimentación, vivencias, diversión, venta de artesanías, entre otras actividades, para que el turista esté a gusto y obtenga una magnífica impresión.

2.1.11. Complejos turísticos

Para entenderse un complejo turístico es un lugar muy bien diseñado y en donde existen variedad de servicios turísticos, destinados a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente tales como: alojamiento, restaurante, actividades deportivas y de ocio, entre otros.

Principalmente trata de hacer que el turista o cliente esté a gusto, gracias a la variedad de prestaciones que pueden ser brindadas en este tipo de establecimientos, son lugares muy solicitados por personas que gusta de la relajación y sentirse despreocupadas por buscar otros servicios, ahí lo encuentran todo o almenos lo esencial para pasar momentos muy agradables, también existen expresiones culturales que pueden ser

apreciadas en este tipo de establecimientos, tal es el caso del contexto de investigación, al poseer al menos dos complejos turísticos, el complejo turístico cultural Fabrica Imbabura y el complejo recreacional Valle hermoso

2.1.12. Turismo comunitario

Generalmente es realizado en comunidades rurales como se lo afirma en la siguiente cita:

Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados. (www.ccondem.org.ec)

Esta actividad turística que está ganando campo en cuanto a tendencias, entendido como turismo comunitario porque es realizado con miembros de una misma comunidad, los cuales brindan al visitante sus vivencias diarias, las costumbres y rituales, tales como son: la siembra y cosecha de plantas, el pastoreo de animales, los solsticios, entre otras actividades relacionadas a la vida en el campo, pero principalmente es promovida su cultura, para que el turista obtenga una experiencia única y cautivadora

En el contexto de Antonio Ante existe al menos una red de turismo comunitario, en que, los involucrados ofrecen alojamientos, alimentación tradicional y actividades únicas y vivencias para los visitantes, siempre incentivando el cuidado del medio ambiente en donde se desarrolla la

actividad, para no ocasionar impactos que repercutan de manera negativa a futuro.

2.1.13. Prestadores del servicio turístico

Según la Ley Orgánica de Turismo del Ecuador (2013). Son prestadores de servicios turísticos, las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, comunidades y cualquier otra forma de participación popular y solidaria organizada, que habitualmente ofrezcan, proporcionen, o contraten directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios.

Los Prestadores de servicios son aquellos entes que fortalecen y desarrollan cierto tipo de actividad en este caso del sector turístico de algún contexto como lo es el Cantón Antoni Ante, son de esta manera los vitales involucrados en innovación o evolución de servicios para desarrollar el turismo, por ende son anfitriones para el visitante y un pilar fundamental en el turismo.

2.1.14. Derechos y obligaciones de los prestadores de servicios turísticos

La Ley Orgánica de Turismo establece en su artículo 10 que los prestadores de servicios poseen los siguientes derechos:

- Acceder, en igualdad de condiciones, a los incentivos previstos en la presente Ley, previo el cumplimiento de los requisitos y/o procedimientos especiales que correspondieren, según el caso.

- Participar en la planificación y contribuir con criterios para la adopción de las decisiones en materia turística de interés regional y nacional, por las vías establecidas en la presente Ley y demás disposiciones aplicables.
- Acceder a información, en las condiciones que fije el Ministerio de Turismo.
- Proponer, de manera directa o a través de asociaciones gremiales, el desarrollo y ejecución de programas de cooperación pública y privada de interés general para el sector, y cualquier otra acción al fomento y desarrollo turístico.
- La protección del Ministerio de Turismo, Superintendencia del Control del Poder de Mercado, Defensoría del Pueblo y otras instancias competentes frente a prácticas de competencias desleales o monopólicas.
- Los que se establezcan en la presente Ley y demás disposiciones aplicables.

Así mismo en el Artículo 11 se nombran las obligaciones que deberán cumplir los prestadores de servicios.

- Conservar el medio ambiente y cumplir con la normativa referente a su protección tanto en el desarrollo de proyectos turísticos, como en la prestación de servicios turísticos.
- Proteger y respetar el patrimonio y manifestaciones culturales, populares, tradicionales y la forma de vida de la población.
- Preservar, y en caso de daño, repara los bienes públicos y privados que guarden relación con el turismo.
- Ejecutar acciones de corresponsabilidad y solidaridad social en su entorno directo, en coordinación con las comunidades.
- Inscribirse en el registro de turismo.
- Obtener la Licencia Anual de Funcionamiento, y las autorizaciones o permisos correspondientes para su funcionamiento.
- Prestar sus servicios cumpliendo con las condiciones de prestación pactadas.
- Cuidar el buen funcionamiento y mantenimiento de todas sus instalaciones, así como la idoneidad profesional y técnica del personal, asegurando la calidad en la prestación del servicio.
- Disponer de lo necesario para que los inmuebles, edificaciones y servicios turísticos incluyan las especificaciones que permitan la accesibilidad a toda persona de cualquier condición.

- Obtener las patentes de operación turística para realizar actividades turísticas de diferente modalidad identificada por el Ministerio de Turismo y permitida por el Ministerio de Ambiente en áreas del PANE. Actualizar las patentes y licencias de funcionamiento, anualmente; y, cumplir con el pago de las contribuciones especiales establecidas en la presente Ley.
- Prestar a solicitud del órgano rector en materia turística, toda la colaboración que coadyuve en el fomento, calidad y control de la actividad turística.
- Denunciar cualquier ilícito, con independencia de su naturaleza, que afecte al actividad o a los servicios turísticos.

Los ítems descritos pertenecen a la Ley Orgánica de Turismo del Ecuador, y son muy necesarios en el área de prestación de servicios y principalmente para la obtención de la Licencia Anual de Funcionamiento, la cual emite la categorización requerida para la obtención de su estatus.

2.1.15. Concepto de desarrollo

El desarrollo está dado, no solo para una persona individualmente sino también, para una acción o actividad, un país u otra cosa. Tiene como significado la evolución, progreso, entre otras, pues el desarrollo también se

lo aplica a ideas, pero siempre tratando de lograr beneficios a futuro.

El desarrollo tiene gran cantidad de involucrados, se puede mencionar a la cultura, tradiciones, tecnología, entre otros que deben ser tomados muy en cuenta al momento del desarrollo, ya que siempre y con las normativas legales de la nación se debe poner énfasis en no dañar a los involucrados anteriormente

Por otro lado y con un aspecto un tanto positivo, se tiene que la sociedad al estar involucrada en el desarrollo, puede percibir beneficios como el acceso a los servicios sociales, tales como la educación, también a servicios de consumo básicos como son la luz, el agua, el teléfono, y necesidades en términos de sobrevivencia como es la alimentación, vivienda, vestimenta, seguridad, la salud, entre otros, pero también los de tipo cultural y tradicional están altamente ligados.

2.1.16. Desarrollo turístico

El desarrollo turístico viene dado con un enfoque de aporte social. Para Acerenza (2006) “Al conjunto de las acciones, públicas o privadas, llevadas a cabo con el fin de incrementar el número de visitantes a un país, una región o a un determinado destino turístico” (p. 136), es decir que en el desarrollo de tipo turístico se pretende principalmente la llegada de mayor cantidad de visitantes, pero también involucra las adecuaciones necesarias para la captación de estos.

Para la captación de mayor cantidad de visitantes en materia de desarrollo, el progreso de la infraestructura, la capacitación a los prestadores de servicios turísticos, la mejora en la atención al cliente y aspectos de tipo administrativo de cada uno de los emprendimientos o empresas.

El desarrollo en el ámbito turístico también está dado o relacionado con lo ambiental, pues es un aspecto muy importante en la actualidad, siempre está presente al momento de la innovación o evolución del sector turístico, por lo que debe hacerse en armonía con la naturaleza, respetándola con cada una de las actividades realizadas y afianzando su permanencia y adecuado uso, para continuar sustentando procesos que la involucren con respecto al turismo.

2.2. Posicionamiento Teórico Personal

Debido a que el cantón Antonio Ante en los últimos años ha venido desarrollándose, es necesaria la prestación de servicios turísticos en mayor proporción y de calidad, acorde a la demanda, en este estudio se pretende incentivar a emprender en el ámbito de alojamiento, restauración, diversión y de operación turística, para la creación de nuevos servicios turísticos y hospedaje, y el fortalecimiento de los existentes, con lo cual alcanzar un desarrollo positivo del sector turístico del cantón.

Es prioritaria la implementación de infraestructura para la prestación de servicios turísticos, la capacitación de los servidores para que exista una mayor afluencia de turistas, de tal manera que el cantón no sea una ciudad de paso y así se convierta en un cantón turístico enfocado a la estancia, no solo por la actividad textilera sino porque posee aún más atractivos turísticos como los son sus populares fiestas de fin de año, declarada Patrimonio Inmaterial de la Nación, sus lugares históricos como la ex Fabrica Imbabura hoy convertida en un museo de sitio y complejo turístico, lugares arqueológicos y ancestrales como las Tolas que datan de la época Inca, pero también lugares naturales como el cerro Imbabura.

La importancia de brindar servicios turísticos de calidad, radica en que el turista esté a gusto, interactúe, divirtiéndose durante su estancia. Consecuentemente atrayendo más visitantes y por ende más ingresos para la población, dinamizando la economía y posicionando al contexto como un potencial turístico de la provincia y región

Al implantar un nuevo diseño de publicidad orientado a la estancia, apostando por la atracción no solo de visitantes locales, sino de extranjeros, se pretende que el cantón desarrolle un turismo adecuado, y de acuerdo a las exigencias, pero también enfocado en brindar calidad en cada de servicios. Los extranjeros buscan descansar de su vida rutinaria, entonces las hosterías serían las más adecuadas, ya que son lugares de estancia muy vinculados con la naturaleza, resultando placentero el momento de reposar,

pero también el cantón cuenta con un hotel tres estrellas que brinda confort para el descanso.

Con la creciente demanda de turistas el cantón está muy limitado para alojar y servir turísticamente a los mismos, es necesario implementar nueva y moderna infraestructura con el apoyo de la empresa privada y el gobierno local, quizá incentivando a nuevos empresarios a invertir, también capacitando a los empresario ya existentes para la renovación de sus instalaciones y el fortalecimiento de la calidad.

Con la creación de un catálogo en línea de los servicios turísticos, se pretende dar a conocer al visitante la infraestructura existente y la variedad de servicios que en el cantón se ofrecen, también varios de sus atractivos, incentivando a pequeños empresarios para la publicidad de sus negocios, además de crear conciencia del gran potencial turístico que existe, pero que no está explotándose adecuadamente, con al apoyo del GAD Municipal y el trabajo mancomunado de los empresarios, el desarrollo turístico, económico y social del cantón Antonio Ante será una realidad, pero iniciando con la recopilación de información, analizando los establecimientos de oferta de servicios turísticos y hospedaje existentes en el contexto y organizando de mejor manera la oferta de servicios, para tener la certeza de la cantidad de establecimientos existentes y su adecuada promoción en el contexto.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

El presente estudio por sus objetivos, fue una investigación aplicada, debido a que para su realización, se pusieron en práctica conocimientos a fines al turismo para el logro de los resultados. Por el lugar, fue un estudio de campo, se precedió a aplicar encuestas y entrevistas a la población para obtener información detallada de la situación actual del contexto, también fue descriptiva, ya que se describieron los datos recolectados para posteriormente implantar un impacto positivo, fue documental, ya que se recolectó información acerca del tema en estudio, además fue bibliográfica ya que al recolectar información se evitó el plagio de documentos o investigaciones ya realizadas y así se pudo citar adecuadamente a los autores.

3.2. Diseño de la Investigación

La presente investigación tuvo un diseño no experimental, de corte transversal debido a que se realizó en un periodo determinado de tiempo (durante el primer semestre del 2015).

3.3. Métodos

Los métodos usados en este estudio fueron los siguientes.

3.3.1. Método deductivo

Según(Bernal, 2006)“Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. Este se inicia con el análisis de los postulados, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares” (p. 56).

Este método se usó en el análisis de documentación bibliográfica, de tal manera que permitió obtener soluciones o situaciones específicas para la elaboración de puntos fundamentales como, el planteamiento del problema de investigación y el marco teórico.

3.3.2. Método inductivo

Para (Rodríguez, 2005) es: “El método inductivo es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados.” (p. 29), es decir es el método que implica ir de lo particular a una situación general, es por eso que, se usó en la elaboración de las conclusiones, ya que brindó el proceso de seleccionar cada uno de los resultados obtenidos con las herramientas de investigación, de tal manera que, surgieron opiniones generalizadas para el aportar en gran medida al trabajo en mención.

3.3.3. Método analítico

Como (Ramírez, 2007) menciona: “procede del todo a sus partes, de lo complejo a lo simple. Es principalmente un método de investigación científica” (p. 21), aseverando lo que menciona la autora es un método muy necesario para la investigación y fue usado en la tabulación de las encuestas y entrevistas, debido a la necesidad del análisis, para determinar varias interpretaciones en cada una de las preguntas de las herramientas anteriormente mencionadas, se determinaron favorables aportaciones.

3.3.4. Método sintético

Método sintético es el que, para (Rodríguez, 2005)“es un proceso mediante el cual se relacionan los hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos” (p. 30), es decir este método reúne todo lo necesario en la investigación, y fue enfocado en la elaboración de las preguntas de las encuestas y entrevistas, en tal sentido fue usado en la matriz categorial, mediante la cual se obtuvo las interrogantes necesarias para la aplicación de las herramientas de investigación.

3.4. Técnicas

Las técnicas usadas en esta investigación fueron las siguientes.

3.4.1. Encuesta

Es una técnica que recopila datos por medio de un cuestionario, es decir: “permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades

democráticas” (Grasso, 2006) (p. 13), previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información la misma que fue aplicada a los moradores del Cantón.

3.4.2. Entrevista

Se trata de una técnica empleada para diversos motivos, como en la investigación para recolectar datos veraces de acuerdo a un cuestionario ya establecido, así (Bingham y Moore, 1973), mencionan que es la: “conversación que se sostiene con un propósito definido y no por la mera satisfacción de conversar” (p. 13) y fue aplicada a los propietarios de los establecimientos turísticos

3.4.3. Observación directa

Es un instrumento de recolección de información muy importante y “consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conducta manifiesta. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias” (Sampieri, 1997, p. 259). Puede servir para determinar la aceptación de un grupo respecto a su profesor, analizar conflictos dentro del aula, relaciones entre pares, etc. Existen dos tipos diferentes de observación; participante o no participante. En la primera, el observador interactúa con los sujetos observados y en la segunda no ocurre esta interacción.

3.5 Instrumentos

Los instrumentos necesarios para esta investigación fueron los siguientes.

- Cuestionario para la encuesta.
- Cuestionario para la entrevista.
- Cámara fotográfica.
- Grabadora.

3.6 Población y Muestra

3.6.1. Población

La población en la cual fue realizada la presente investigación fueron los administradores o propietarias de los establecimientos de servicios turísticos así como la ciudadanía del cantón Antonio Ante, se tomó en cuenta a aquella población que pertenece al sector económicamente activo, que según el INEC, es del 54.9% del total de población (51.521 hab), es decir 28.285 personas, pertenecen al sector económicamente activo

3.6.2. Muestra

$$n = \frac{N \cdot d^2 \cdot Z^2}{E^2 \cdot (N-1)}$$

$$E^2 \cdot (N-1)$$

n= Muestra

N=Poblacion

d²= Desviaciones 0.05 → 0.25(Constante)

Z²= Nivel de confianza 95% → 1.96(Constante)

E²= Margen de error 5% → 0.05

N= 28.285

$$\frac{n = \frac{(28.285)(0.5)^2(1.96)^2}{(0.05)^2(28.285-1)} = 52\,753}{n = 0.0000414 \quad n = 414}$$

Tabla 1:

Población de Antonio Ante.

Población cantonal por parroquia según sexo			
Parroquia	Total habitantes	Habitantes hombres	Habitantes mujeres
Atuntaqui – Andrade Marín	24.965	11.674	13.321
Total zona urbana	24.965	11.654	13.311
Imbaya	2.372	1.103	1.269
Natabuela	7.754	3.782	3.972
Chaltura	5.183	2.523	2.66
San Roque	11.247	5.266	5.981
Zona rural	26.556	12.674	13.882
Total zonas urbana y rural	51.521	24.328	27.193

Fuente: Municipio Antonio Ante.

Elaborado por: Báez D.

Fecha: 2016 – 07 - 14

Según el cuadro de poblacional anteriormente elaborado, se tomó en cuenta a los habitantes de todo el cantón, mediante la aplicación de la formula, se determinó la aplicación de 414 encuestas, a la población económicamente activa, es decir a las personas mayores de 18 años.

Debido a que el cantón posee 6 parroquias se realizó una regla de tres para cada una de sus poblaciones, dictaminando entonces que; para las parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín que son rurales, se aplicó 200

encuestas. El resto de parroquias al ser rurales tuvieron menor cantidad de encuestas tal es el caso de Imbaya; en la cual se aplicó 19 encuestas; en Natabuela 62 encuestas; en Chaltura 41 encuestas y en San Roque 90 encuestas.

Tabla 2:

Establecimientos de servicios turísticos

Establecimientos de servicios turísticos		
Parroquias	Establecimientos	Entrevistas
Atuntaqui	45	4
San Roque	1	
Natabuela	6	1
Chaltura	9	2
Total	61	7

Fuente: Municipio Antonio Ante.

Elaborado por: Báez D.

Fecha: 2016 – 07 - 14

Se estableció la existencia de 61 empresas de oferta de servicios turísticos, en las diferentes parroquias; por lo que se determinó la aplicación de 7 entrevistas detalladas en el cuadro anterior para las diferentes parroquias.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación

El siguiente análisis e interpretación, describe los resultados de las herramientas de investigación empleadas para cumplir los objetivos. En una primera parte se explica los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los moradores del cantón Antonio Ante como son: Atuntaqui, por ser la cabecera cantonal, Andrade Marín, Chaltura y Natabuela como principales parroquias, para determinar la oferta de servicios turísticos y hospedaje, y la manera en que estos aportan al desarrollo del Cantón, además de conocer que tan acertada puede ser la propuesta para implementarla.

En una segunda parte se realizó entrevistas a los empresarios y/o administradores de servicios turísticos y hospedaje como fue: la señora Magdalena Garrido Ruiz, el señor Luis Lima, el señor Rafael Marroquín, el señor Marco de Jesús, entre otros, quienes aportaron valiosos criterios para beneficio de la investigación y del cantón

Tabla 3:

Determinación de la situación actual de la oferta de servicios turísticos:

Servicios turísticos	Variables		
	Baja	Media	Alta
Alojamiento	X		
Alimentación		X	
Transporte	X		
Diversión	X		
Guía turística	X		

Fuente: Población Antonio Ante

Elaborado por: Báez. D (2016)

En definitiva, la oferta de servicios turísticos y en especial de alojamiento en el cantón, se encuentran de manera mínima e insuficiente, resultados obtenidos y verificados en el análisis de la encuesta realizada a la ciudadanía, y en la que está fundamentada esta tabla.

4.2. Análisis

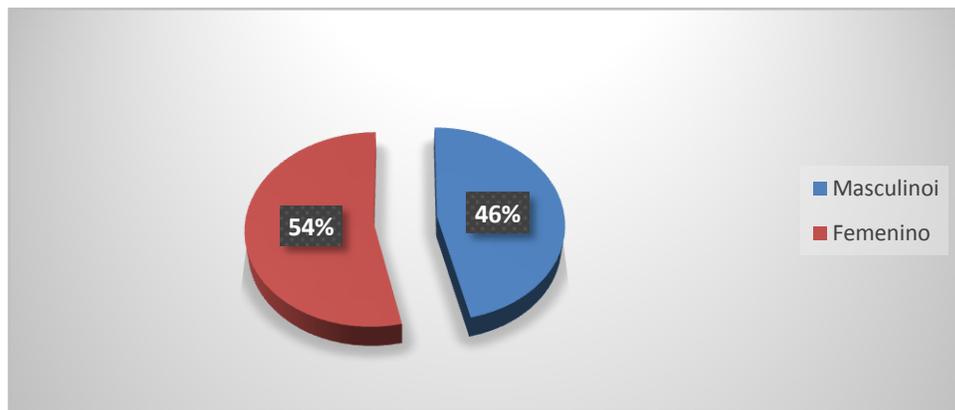
4.2.1. Cuestionario 1: Encuesta dirigida a los moradores del cantón Antonio Ante.

Tabla 4:

Género

N°	Pregunta	Respuesta	Frecuencias	Porcentajes
1.2	Género	Masculino	134	32
		Femenino	223	54
		Total	414	100

Figura 1: Género



Fuente: Población Antonio Ante

Elaborado por: Báez. D (2015)

De acuerdo a lo observado en el gráfico, se puede analizar que existe una equidad en la población, con un ligero porcentaje superior para el género o población femenina, lo que evidencia que el cantón posee más mujeres por el mismo hecho de ser netamente industrial, específicamente en el ámbito

textilero, como también en empresas de tipo turístico, en establecimientos de prestación de servicios turísticos

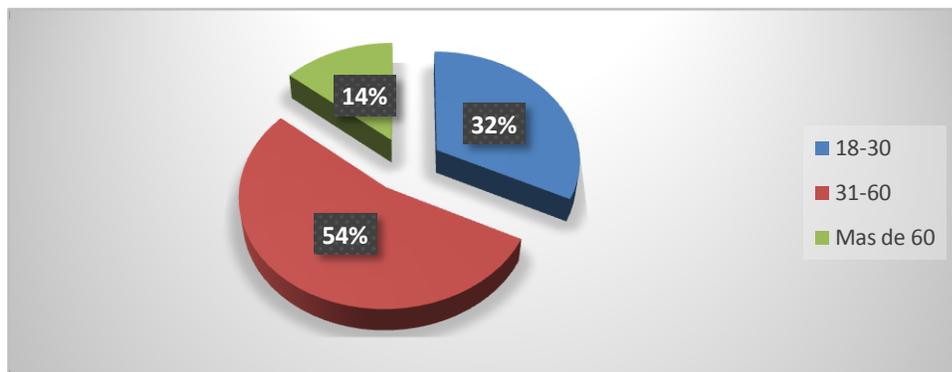
4.2.2. Edad del Encuestado

Tabla 5:

Edad

N°	Pregunta	Respuesta	Frecuencias	Porcentajes
1.2	Edad	18 - 30 años	134	32
		31 - 60 años	223	54
		Más de 60 años	57	14
		Total	414	100

Figura 2: Edad



Fuente: Población Antonio Ante

Elaborado por: Báez. D (2015)

Como se aprecia, la población encuestada, pertenece al sector económicamente activo, y por lo tanto se evidencia que la mayor población, el 54%, está dentro del rango de 31 a 60 años, quienes están en la realidad del entorno del cantón. Por lo tanto la población anteña que oferta servicios

turísticos se encuentra dentro de un rango moderado, y son los que realmente ofertan servicios turísticos y hospedaje a los turistas; principalmente en las parroquias urbanas.

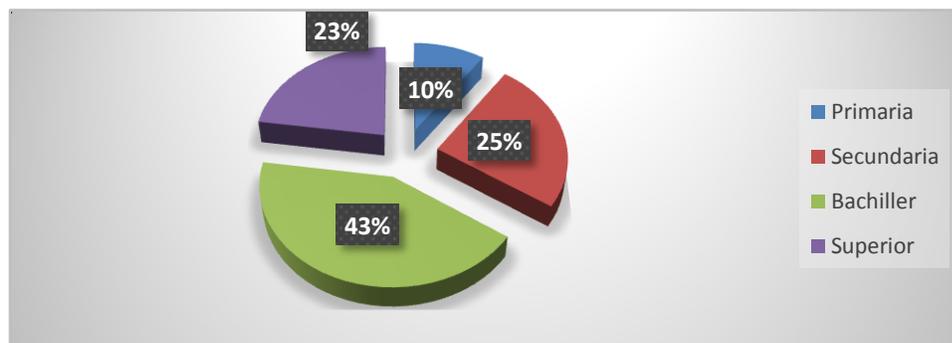
4.2.3. Nivel de Instrucción

Tabla 6:

Nivel de instrucción

N°	Pregunta	Respuesta	Frecuencias	Porcentajes
1.3	Nivel de Instrucción	Primaria	40	10
		Secundaria	103	25
		Bachiller	177	43
		Superior	94	23
		Total	414	100

Figura 3: Nivel de Instrucción



Fuente: Población Antonio Ante

Elaborado por: Báez. D (2015)

En lo que respecta al nivel de instrucción de los encuestados, es apreciable que el 43% es bachiller, seguidamente por instrucción secundaria y superior, es importante recalcar que existe un desinterés por parte de la

población para formarse en estudios superiores, esto quizá a que el cantón y en especial su cabecera cantonal; Atuntaqui, está totalmente industrializada. Por ende sus habitantes están enfocados en el sector textil como alternativa laboral, misma que no les exige formación académica de tercer nivel.

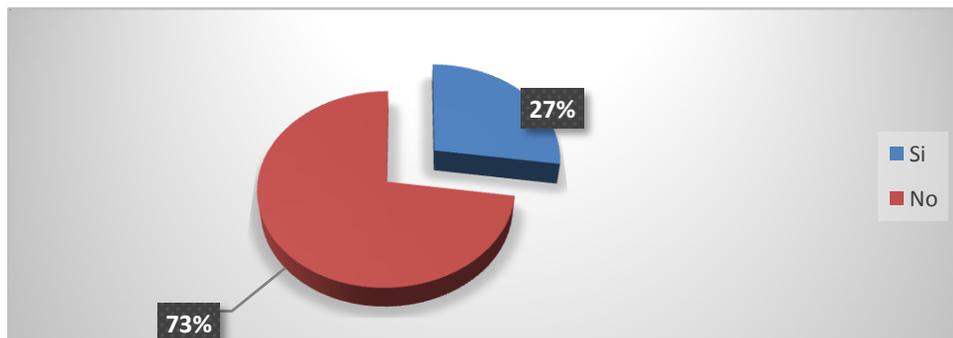
4.2.4. ¿Cree usted, que el cantón cuenta con la infraestructura necesaria para hospedaje?

Tabla 7:

Infraestructura de hospedaje

N°	Pregunta	Respuesta	Frecuencias	Porcentajes
2.1	¿Cree usted que el cantón cuenta con la infraestructura necesaria para hospedaje?	Si	113	27
		No	301	73
		Total	414	100

Figura 4: Infraestructura de hospedaje



Fuente: Población Antonio Ante

Elaborado por: Báez. D (2015)

De acuerdo a la pregunta referente a la infraestructura para hospedaje, un 73% de la población manifestó, que no existe una infraestructura adecuada para recibir al visitante, lo que demuestra un problema apreciado por

muchos; principalmente por los propietarios de establecimientos turísticos e industriales, en consecuencia algunos de los encuestados mencionaron la implementación o creación de cabañas, como alternativa de alojamiento para el turista o visitante.

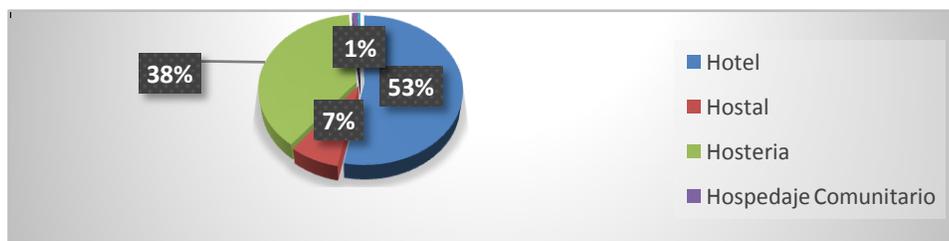
N°	Pregunta	Respuesta	Frecuencias	Porcentajes
2.2	¿Qué tipo de establecimiento de alojamiento considera usted que es el más solicitado por el visitante?	Hotel	220	53
		Hostal	31	7
		Hostería	157	38
		Hospedaje comunitario	4	1
		Otros	2	0
		Total	414	100

4.2.5. ¿Qué tipo de establecimiento de alojamiento considera usted que es el más solicitado por el visitante?

Tabla 8:

Tipos de establecimientos más solicitados

Figura 5: Establecimientos más solicitados



Fuente: Población Antonio Ante

Elaborado por: Báez. D (2015)

Poco más de la mitad de los encuestados (53%), señala que lo más solicitado es un hotel, seguidamente por las hosterías, lo que implica que los visitantes no vienen únicamente a realizar compras, muchas veces suelen buscar alternativas como degustar de la variada gastronomía, disfrutar los lugares naturales y las tradiciones culturales e históricas, entre otros, para permanecer por más de un día en el cantón. Aunque existe un hostel, muy pocos lo mencionaron, probablemente a consecuencia de la baja promoción.

4.2.6. De acuerdo a su consideración. ¿Cómo calificaría a la calidad en el servicio que se brinda en los establecimientos de hospedaje del cantón?

Tabla 9:

Calidad en servicios de hospedaje

	Ítems	1	2	3	4	5	Total	Porcentaje
A	Atención al cliente.	13	333	68			414	100 %
B	Prestación del servicio de alojamiento y complementarios	19	250	145			414	100 %
C	Personal		353	61			414	100 %
D	Instalaciones	16	372	26			414	100 %

Fuente: Población Antonio Ante

Elaborado por: Báez. D (2015)

En cuanto a atención el cliente, un 80% de encuestados mencionaron que es adecuada, valorándolo con un 2; un 3% indicó de manera muy adecuada, calificándolo con 1. En lo respectivo a la prestación del servicio, al menos un 60% señaló que se brinda de manera adecuada, valorándolo con 2; en lo

relativo al personal, un 85% reveló que es adecuado, valorándolo con 2; en lo concerniente a instalaciones, un 90% marcó que es adecuado calificándolo con 2. Los habitantes expresan que se brinda en promedio una buena calidad de servicios al turista.

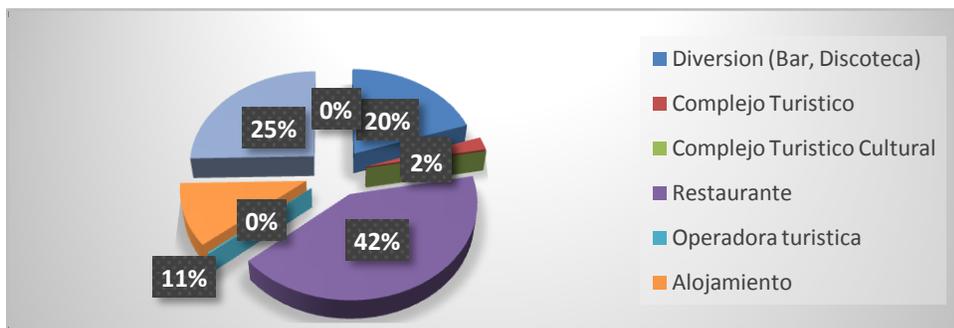
4.2.7. En cuanto a servicios turísticos, ¿Cuáles cree usted son los más solicitados por el visitante del cantón?

Tabla 10:

Servicios turísticos más solicitados

N°	Pregunta	Respuesta	Frecuencias	Porcentaje
2.4	En cuanto a servicios turísticos, ¿Cuáles cree usted son los más solicitados por el visitante del cantón?	Diversión Nocturna	82	20
		Complejo turístico	9	2
		Complejo turístico cultural	0	0
		Restaurante	173	42
		Operadora Turística	1	0
		Alojamiento	44	11
		Información	105	25
		Transporte Turístico	0	0
		Total	414	100

Figura 6: Servicios turísticos más solicitados



Fuente: Población Antonio Ante

Elaborado por: Báez. D (2015)

En lo relativo a servicios turísticos solicitados por el visitante, se tiene al sector gastronómico con un 42%, seguidamente la información de servicios turísticos, desfavorable para el sector turístico de hoy. Otros encuestados, mencionaron el aspecto de diversión como: bares y discotecas. También el alojamiento, nuevamente es de interés para los turistas; según los moradores que viven la realidad del cantón.

4.2.8. ¿Cómo cree usted que los servicios turísticos se brindan en el cantón?

Tabla 11:

Prestación de servicios turísticos en el cantón.

	Ítems	1	2	3	4	5	Total	Porcentaje
A	Atención al cliente.		288	124	12		414	100 %
B	Prestación del Servicio Turístico		250	147	19		414	100 %
C	Personal		355	61			414	100 %
D	Instalaciones	16	372	26			414	100 %
E	Autoridades		25	389			414	100%

Fuente: Población Antonio Ante

Elaborado por: Báez. D (2015)

Un 70% de los encuestados opina que la atención al cliente, es de manera adecuada valorándolo con 2. En lo que referente a prestación del servicio, un 60% considera que se brinda de manera adecuada, valorándolo con 2. En lo relacionado al personal, al menos un 85% indica que es adecuado, valorándolo con 2. Respecto a instalaciones, la mayoría (90%) opina que es adecuado, calificándolo con 2; un 4% lo valoró como muy

adecuado, calificándolo con 1, y el resto lo valora con 3 de indiferente y en lo relativo a autoridades, al menos un 94% revela una valoración de 3, realmente no quisieron aportar con mejores valoraciones lo que indica un desinterés por las autoridades.

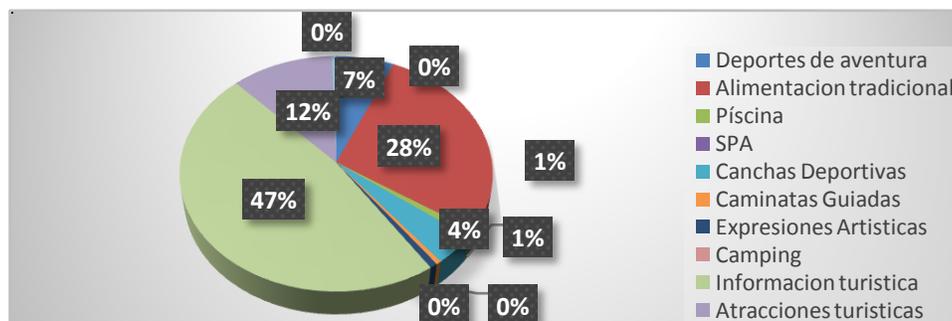
4.2.9. ¿Qué tipo de servicios complementarios al turismo cree usted, deberían ser implementados en el cantón?

Tabla 12:

Servicios complementarios

N°	Pregunta	Respuesta	Frecuencias	Porcentajes
2.6	¿Qué tipo de servicios complementarios al turismo cree usted, deberían ser implementados en el cantón?	Deportes de aventura	27	7
		Alimentación tradicional	115	28
		Piscina	4	1
		Spa	0	0
		Canchas deportivas	17	4
		Caminatas guiadas	2	0
		Camping	3	1
		Expresiones artísticas	0	0
		Información turística	196	47
		Atracciones turísticas (parques)	48	12
		Otros	2	0
	Total	414	100	

Figura 7: Servicios complementarios



Fuente: Población Antonio Ante

Elaborado por: Báez. D (2015)

De acuerdo a los pobladores, un mayor porcentaje (47%) específicamente, acota que sería adecuada la implementación de información turística, la gastronomía tradicional se expresa posteriormente, para encantar al turista con la variedad de platos. También señalan la introducción de atracciones complementarias como: parques, zonas de esparcimiento familiar, centros culturales e históricos, entro otros, para la persuasión de los visitantes

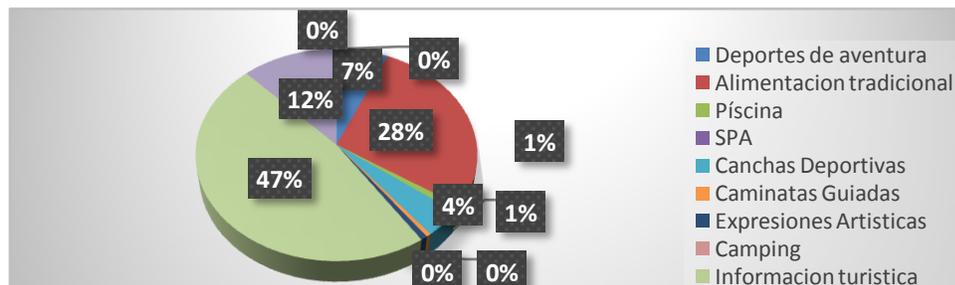
¿Cuál cree usted es la manera más adecuada de promocionar los servicios turísticos del cantón?

Tabla 13:

Herramienta de publicidad

numero	Pregunta	Respuesta	Frecuencias	Porcentaje
7	¿Cuál cree usted es la manera más adecuada de promocionar los servicios turísticos del cantón?	Televisión	105	25
		Letreros	55	13
		Internet	193	47
		Municipio local	35	8
		Radio	23	6
		Otros	3	1
		Total	414	100

Figura 8: Herramienta de publicidad



Fuente: Población Antonio Ante

Elaborado por: Báez. D (2015)

Un mayor porcentaje de los encuestados (47%), acotaron que, la mejor forma de publicitar los servicios turísticos que se ofertan en el cantón, es el internet, medios de comunicación como la televisión, también estuvo presente en la opinión ciudadana, debido a la aparición del canal televisivo La Fábrica, finalmente se indica la implementación de guías turísticas, a la antigua. El auge del internet ha cambiado el modo de promoción tradicional por el tecnológico.

4.2.10. ¿Cómo considera la gestión de las autoridades en el área de desarrollo turístico del cantón?

Tabla 14:

Desarrollo turístico del cantón.

Ítems	1	2	3	4	5	Total	Porcentaje
A Publicidad		257	92	65		414	100 %
B Señalética		17	397			414	100 %
C Capacitaciones		10	372	32		414	100 %
D Convenios			6	394	14	414	100 %

Fuente: Población Antonio Ante

Elaborado por: Báez. D (2015)

En lo respectivo a publicidad, los moradores manifiestan en un 60% que, son adecuadas, valorándolas con 2. Para la señalética la mayoría (95%) presenta indiferencia al marcar el casillero 3. Respecto a capacitaciones, un 90% no sabe nada y se muestran indiferentes al responder con 3, en cuanto

a convenios un 95% dijo que son inadecuados, lo que indica una falencia de las autoridades en el sector turístico.

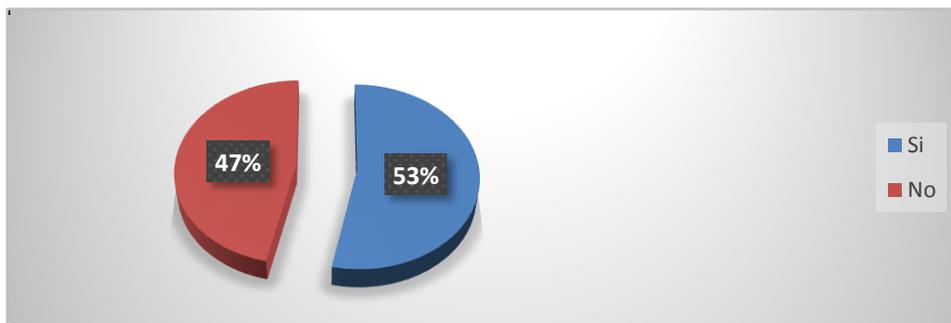
4.2.11. Respecto a turistas o visitantes, ¿Cree usted, que se llevan una buena impresión acerca de los servicios turísticos ofertados en el cantón?

Tabla 15:

Impresión que se lleva el visitante

N°	Pregunta	Respuesta	Frecuencias	Porcentajes
2.9	Con respecto a los turistas o visitantes, ¿Cree usted, que se llevan una buena impresión acerca de los servicios turísticos ofertados en el cantón?	Si	221	53
		No	193	47
		Total	414	100

Figura 9: Impresión que se lleva el visitante



Fuente: Población Antonio Ante

Elaborado por: Báez. D (2015)

En lo referente a la satisfacción del turista al visitar el cantón, los pobladores expresan criterios equitativos al coincidir en que misma cantidad de turistas se llevan una buena impresión como los que no. Probablemente, ya que no existe suficiente información, lo que hace que el visitante se vaya sin apreciar todos los atractivos del cantón y por ende los servicios turísticos y hospedaje, por lo tanto no se llevan vivencias como las de tipo histórico e industrial ofrecidas en el complejo turístico Fabrica Imbabura o las de tipo cultural y tradicional ofrecidas en las comunidades indígenas de San Roque y Natabuela.

4.2.12. ¿Cuál de las siguientes alternativas considera usted, es la más adecuada para la difusión de los servicios que se ofertan en el cantón?

Tabla 16:

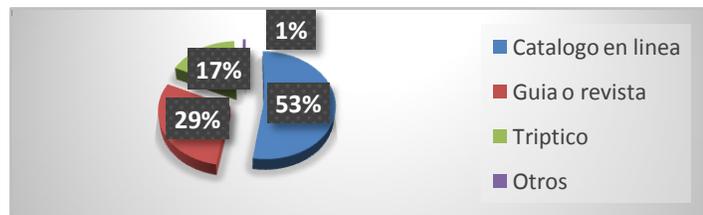
Propuesta para difusión

N°	Pregunta	Respuesta	Frecuencias	Porcentajes
2.10	¿Cuál de las siguientes alternativas considera usted, es la más adecuada para la difusión de los servicios que se ofertan en el Cantón?	Catálogo en línea	218	53
		Guía o revista	121	29
		Tríptico	72	17
		Otros	3	1
		Total	414	100

Figura 10: Propuesta para difusión

Fuente: Población Antonio Ante

Elaborado por: Báez. D (2015)



En lo pertinente a oferta de servicios turísticos mediante catálogo en línea, un porcentaje superior (53%) de la población, manifiesta que es viable y necesario; un 29% preferiría una guía o revista y un 25%, opina que la promoción de los servicios turísticos debería realizarse a la antigua, con medio tradicionales, como trípticos y gigantografías. Finalmente existieron nuevas aportaciones, mencionando la implementación de una oficina de información turística y la creación de una página web.

4.3. La entrevista

La entrevista fue realizada a 7 empresarios o administradores de Los establecimientos de prestación de servicios turísticos del cantón que son los siguientes:

Tabla 17:

Entrevistados

Nombre	Establecimiento
Magdalena Garrido Ruiz	“Hostal Imbabura”
Luis Lima	“Fritadas Amazonas”
Rafael Marroquín	“Hostería San Rafael”
Jorge Nejer	“Parrilladas Bariloche”
Carolina Gallegos	“Complejo Fabrica Imbabura”
Jorge Espinoza	“Restaurante Mi Chocita”

Elaborado por: Báez D.

Fecha: 2016-05-09

4.3.1. Diagnóstico de situación actual de los servicios turísticos en el cantón.

Tabla 18:

Diagnóstico de la situación actual de servicios turísticos

Servicios Turísticos	Baja	Variables Media	Alta
Alojamiento			
Alimentación	X	X	
Transporte	X		
Diversión	X		
Guianza turística	X		

Fuente: Empresarios del cantón.

Realizado por: Báez D.

Mediante la implementación de entrevistas a los empresarios turísticos, se diagnosticó, una baja oferta de servicios turísticos y de hospedaje en el cantón, manteniendo una influencia mínima en el contexto, como se detalla a en las siguientes descripciones por parte de los entrevistados.

1.- Considera Usted, ¿Qué su establecimiento de hospedaje aporta al desarrollo del Cantón Antonio Ante?

En su mayoría los entrevistados manifestaron la evidente falta de infraestructura de alojamiento en el cantón, por tal razón sus empresas contribuyen de manera positiva al desarrollo turístico del mismo, pero en un bajo porcentaje, esto debido a la falta de incursión en el aspecto turístico por parte de los involucrados. Acotan también que no existe la debida publicidad de servicios turística del cantón, en consecuencia el visitante no puede hospedarse dentro del contexto. Dos de los entrevistados mencionan por el contrario que existe infraestructura de servicios turísticos.

2.- Cree Usted que, ¿Las instalaciones de sus establecimientos de servicios turísticos están adecuadas para la recepción de turistas?

Todos los entrevistados respondieron positivamente, mencionan que la calidad en el servicio, la infraestructura y la ubicación, son las más adecuadas para los visitantes, así mismo expresan que debido al creciente desarrollo del cantón, este tipo de empresas de servicios turísticos también han innovado notablemente, ya que los establecimientos han adoptado tendencias actuales como ejemplo la implementación de red wifi para el bienestar del visitante, de esta manera se obtienen mayores ingresos y mayor fluidez económica.

3.- Con respecto a capacitación. ¿Cómo considera que su personal se encuentra en conocimientos a fines al turismo?

Cuatro de los siete entrevistados, indican que trabajan con personal profesional en este ámbito, por el contrario los tres restantes, se refieren a que no son profesionales a fines al turismo, pero que a lo largo de su trayectoria en la prestación de servicios y alojamientos han recibido capacitaciones o talleres, muchas veces con la ayuda del Ministerio de Turismo, por lo que mencionan que ya no son empíricos, es decir aunque no sean especialistas en el sector, ya tienen conocimientos a fines.

4.- ¿Cómo considera Usted la relación entre los empresarios turísticos y la municipalidad del Cantón? ¿Cuál es si criterio referente al tema?

Todos los entrevistados indican que no existe una relación entre estos dos entes, pues la municipalidad no apoya a este sector, lo que es un limitante para el desarrollo del cantón, señalan que hay una mayor relación con el Ministerio de Turismo que con las autoridades locales, lo que les tiene insatisfechos ya que la pronunciación local es mínima. La municipalidad posee un plan de desarrollo turístico, pero que se enfoca casi en su totalidad en incrementar el turismo a través del ámbito textil, más no impulsarlo desde los atractivos y servicios ya existentes. Los empresarios turísticos tampoco se han aliado entre sí.

5.- Considera Usted que. ¿La prestación de servicios de calidad aporta a un desarrollo turístico adecuado?

Los siete entrevistados manifiestan que la calidad al momento de servir es muy importante, tanto para ellos como prestadores, pero más aún para los visitantes quienes son los que se llevan buenas o malas experiencias. Es un aspecto de vital importancia al momento de emprender en el desarrollo turístico del cantón, es la primera impresión con respecto a servicios turísticos y atención al cliente del cantón en general.

6.- ¿Cuáles opina usted, son los principales limitantes para ofertar servicios turísticos y hospedaje en el cantón Antonio Ante?

Tres de los siete entrevistados, opinan que, en concordancia a preguntas anteriores, se debe a la falta de gestión por parte de las autoridades locales, pero también al desinterés por parte de ellos como empresarios. El resto de entrevistados, manifiestan que, no existe una adecuada publicidad de servicios turísticos, se menciona la necesidad de fortalecer la señalética turística, pero que también hay escases de zonas de distracción, es decir parques o lugares de esparcimiento familiar, donde el visitante esté a gusto y decida permanecer más tiempo en el cantón.

4.4. Discusión de resultados.

Todos los resultados obtenidos de la aplicación de encuestas a la ciudadanía y entrevistas a empresario involucrados en el sector turístico. Demuestran que muchos de los pobladores expresaron indiferencia al

calificar o valorar las actividades de las autoridades en el ámbito del desarrollo turístico, mientras que por el contrario las personas entrevistadas, mencionaron que las autoridades locales dedicadas al ámbito turístico, no se involucran adecuadamente, lo que constituye una falencia para el cantón.

Entre las diferentes técnicas de investigación, las respuestas de las entrevistas son las más sugerentes. Opinan que sería excelente afianzar lazos con organismos que faciliten el desarrollo del turismo en el cantón, afirmando la misma opinión un 60% de los encuestados. El cambio debería iniciar por las autoridades locales, quienes son las obligadas a formar vínculos entre el sector turístico y los organismos que lo regulan.

El 65% de los encuestados menciona que la oferta de servicios y alojamiento no es la más adecuada para el visitante, por tanto, no se les ofrece lo necesario para satisfacer sus necesidades, lo que es realmente alarmante en cifras locales. En contraparte, los entrevistados, mencionan que se prestan servicios turísticos y de alojamiento de alta calidad en el cantón, en consecuencia existe una gran contrariedad en cuanto a servicios turísticos, evidentemente existe una falta de interés no solo por parte de autoridades, pero también de todos quienes están involucrados en el sector turístico y en su desarrollo.

En cuanto a la incidencia de los servicios turísticos y de hospedaje en el desarrollo socio-económico y turístico del cantón, alrededor del 75% de los

encuestados opinan que, están altamente relacionados, en concordancia, cuatro de las siete personas entrevistadas, mencionan que, están estrechamente relacionados, más aún por la existencia del ámbito industrial, el cual es un complemento para el turismo pues las compras que realizan los turistas, es una de las actividades que fortalece la economía local e incentiva el desarrollo turístico y social, por tanto los servicios turísticos y hospedaje inciden de manera directa en el desarrollo socio-económico y turístico del cantón.

Con respecto a capacitaciones en el ámbito turístico, un porcentaje no mayor al 80% de los ciudadanos encuestados, señala que los establecimientos de prestación de servicios turísticos y hospedaje, poseen una adecuada capacitación para la prestación de los mismos, en cuanto a personal se refieren, lo valoran satisfactoriamente, en relación a lo anteriormente dicho, cuatro de los siete entrevistados, indican que trabajan con personal profesional en este ámbito, lo que evidencia una prestación adecuada de servicios, por el contrario el resto de encuestados y entrevistados, acotan que, ofrecen sus servicios de manera empírica, lo que no sugiere una mala prestación de los mismos, debido que a medida que sus negocios avanzan, buscan innovar y capacitarse en lo que a turismo se refiere.

De todas las opiniones, las aportaciones de la señora Magdalena Garrido, propietaria del Hostal Imbabura Real, fueron las más acertadas y al mismo tiempo sugerente, debido a que tiene un vínculo muy estrecho con el Ministerio de Turismo ubicado en Ibarra, por ende está muy bien instruida

turísticamente para reforzar este ámbito en que el cantón tiene grandes deficiencias.

Tabla 19:

Tipos de turismo de acuerdo a:

Naturaleza	Lo cultural	Al motivo	Forma de viaje	Permanencia	Al desplazamiento
Rural.	Enoturismo	Por Placer	Independiente	Itinerante	Local
Agroturismo	Arqueológico	Por Salud	Organizado	De Estadía	Nacional
Ecoturismo	Urbano	Religioso	En Grupo		Internacional
Aviturismo	Monumental	Por Deporte			
De Aventura	De compras	Místico			
Comunitario	Gastronómico	Medico			
Comunitario	Industrial				

Fuente: www.academica.mx

Realizado por: Báez D.

Fecha: 2015 – 01 – 23.

Tabla 20:

Alojamientos en Antonio Ante

	Nombre	Tipo
1.	Panamericano	Hotel
2.	Imbabura Real	Hostal
3.	Santa Rosa de Moras	Hostería
4.	RummiSissa	Hostería
5.	Pueblo Viejo	Hostería
6.	San Rafael	Hostería
7.	Natabuela	Hostería
8.	La Matilde	Comunitario

Fuente: Catastro de Servicios Turísticos Provincia de Imbabura 2014

Realizado por: Báez D.

Fecha: 2015 – 01 – 20

Tabla 21:

Servicios en Antonio Ante.

Nombre	Tipo
KOSAK	Bar
La Resaka	Discoteca
Lo Nuestro	Restaurante

San Rafael	Complejo Turístico
Ceviches de la Rumiñahui	Restaurante
Bariloche Argentino	Parrillada
Mi chocita	Restaurante
La Casa de Marín	Restaurante
Pailatola	Restaurant y Eventos
Fritadas Amazonas	Restaurante de comida típica
Fritadas de Michita	Restaurante de comida típica
Fritadas Inti Raymi	Restaurante de comida típica
Fritadas la Sazón de Miche	Restaurante de comida típica
Fritadas Mama Miche	Restaurante de comida típica
Cuyes el Serranito	Restaurante de comida típica
La Parrilla del Che	Parrilladas
Casa Jatuntaqui	Restaurante de comida típica
Valle Hermoso de Chaltura	Complejo Turístico

Fuente: Catastro de Servicios Turístico de Imbabura 2014

Elaborado por: Báez D.

Fecha: 2015 – 02 – 06

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- La investigación determina que la oferta de servicios turísticos y hospedaje es mínima, pese a que la municipalidad cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico del Cantón, no se encuentra bien direccionado, impidiendo inversiones por parte de empresarios turísticos, en lo relacionado a servicios turísticos y hospedaje.

- La incidencia de carencia de los servicios de hospedaje en el desarrollo del cantón Antonio Ante, están altamente relacionados al turismo, especialmente por la existencia del sector textil e industrial, el cual es un complemento, por tanto es una de las actividades que fomenta e incentiva el desarrollo económico, turístico y social; en consecuencia, los servicios de hospedaje inciden de manera directa en el desarrollo del cantón.

- Existe un déficit identificado de servicios turísticos y alojamiento en el cantón, siendo indispensable fortalecer la información por parte del

GAD municipal, para incrementar la afluencia de visitantes a la ciudad y sus parroquias.

- El diseño de un catálogo en línea, acogiendo los resultados obtenidos en la investigación, permitirán promocionarla variedad de servicios turísticos que se ofertan, promoviendo el turismo de estancia y suministrando a los visitantes, información precisa acerca de los servicios turísticos y de hospedaje del cantón.

5.2. Recomendaciones

- Sugerir a las autoridades locales, el desarrollo de un Plan de Rescate y Promoción del Turismo del Cantón Antonio Ante, para captar visitantes nacionales e internacionales, para lo cual deberán ejecutar proyectos enfocados a dar a conocer por los diferentes medios de comunicación, la oferta turística del cantón.
- Promover alianzas estratégicas entre los empresarios de confecciones textiles y los empresarios que ofrecen servicios turísticos y de alojamiento, para que puedan realizar ferias permanentes en lo relativo a sus respectivas especialidades.

- Gestionar con el MINTUR, estrategias dedicadas a fortalecer el desarrollo del turismo en el cantón, diseñando un plan de marketing turístico integral para el cantón.

- Crear una oficina de información turística en la municipalidad, la cual se encargará de introducir una página web para dar a conocer no solo los servicios que se prestan en el cantón, sino también los atractivos propios para deleite del turista.

- Implementar talleres de capacitación sobre desarrollo y promoción turística por parte de la Muy Ilustre Municipalidad, cursos que serán enfocados a fortalecer la atención al turista y el conocimiento de estrategias de marketing.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Presentación

Para la propuesta se tomó en cuenta, la opinión de las personas mediante la aplicación de técnicas de investigación como la encuesta y la entrevista, y se determinó la necesidad de su implementación en la realidad actual del cantón Antonio Ante

6.2. Título de la propuesta

Diseño de un catálogo turístico-informativo de servicios on-line.

“CATÁLOGO DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE ANTONIO ANTE”

6.3. Antecedentes.

El turismo aparece como una de esas áreas interesantes que se convierte en una gran alternativa y que muchas ciudades mediante la organización y constancia han hecho que el turismo se convierta en un medio de vida, como las Villuercas, comarca de la provincia de Cáceres en España, que tiene riqueza natural y cultural, aposto por publicitar su geoparque mediante un catálogo en la web, que contiene información de todos los servicios que en él se ofrecen.

El cantón Antonio Ante necesita buscar medios alternativos de promoción turística que ayuden a que el cantón, atraiga más visitantes, haciendo que la actual ciudadanía se sienta a gusto con los servicios que presta, por medio de la revaloración de este ámbito, transmitan a los visitantes que semana a semana arriban, la hospitalidad del cantón.

Por lo que es preciso implementar este catálogo, en donde se promocionan los servicios que se ofrecen, además se contemplará lo cultural y tradicional del cantón, de tal manera que el turista conozca esta riqueza cultural que posee el contexto en mención, siendo preciso la colaboración de todas y todos los anteños al turismo en sus diferentes formas representará un medio de vida.

6.4. Justificación

Debido a la insuficiente información de servicios turísticos y hospedaje en el cantón, es viable la implementación de información y publicidad acorde a la actual tendencia como es el internet, al estar en una realidad complementa tecnológica, es una de las mejores estrategias para fomentar el turismo.

Es vital, dar a conocer la oferta de servicios existente en el cantón, ya que cada día está creciendo y es un aporte para el desarrollo del mismo, la publicidad mediante internet fue la más aceptada por la ciudadanía, por ende el catálogo de servicios turísticos es una alternativa completamente adecuada al entorno actual del cantón, la provincia y el país.

Es importante que el cantón, se desarrolle en el ámbito turístico, debido a la cantidad de turistas que llegan, pero que no están bien informados por lo que no permanecen en el lugar, este catálogo implementara información suficiente que hará que los turistas opten por alojarse en el cantón.

6.5. Fundamentación

La presente propuesta se diseñó para enriquecer informáticamente al visitante, pero también a las personas locales, de manera tecnológica se logrará socialmente un mejor estatus para el cantón a nivel provincial. Respecto a lo turístico se pretende concientizar al visitante de permanecer más tiempo, ya que en el catálogo se expondrán también lugares de visita, acordes a la demanda.

6.5.1. Comunicación

Según Costa (2007): "La comunicación no constituye una parte de la psicología, sino el principio mismo que rige las relaciones entre el hombre y el mundo, entre el individuo y la sociedad, determinando la fenomenología del comportamiento humano" (p. 58).

La comunicación es el área que le da razón de ser al diseño y representa el origen y objetivo de todo trabajo. Cabe resaltar características en cuanto a la comunicación, como: la capacidad potencial de las comunicaciones visuales como formas de transferencias de mensajes, comunicados y la

importancia de la comunicación visual en cuanto a objeto de orientación, conocimiento y desarrollo humano.

Kepes (2007) dice: “El hombre para comunicarse lo hace a través del lenguaje, que es la comunicación de un significado por medio de símbolos” (p. 103). En nuestro caso, en el lenguaje visual, comunicamos un significado por medio de símbolos visuales o audiovisuales. El lenguaje visual, tiene un campo; de acción enorme haciéndose casi universal, ya que ignora los límites del idioma, vocabulario y la gramática. La interpretación de un mensaje comprende dos niveles: El nivel semántico, denotado (lo que quiere decir) y el nivel sintáctico, connotado (como atrae estéticamente al decirlo).

6.5.2. Diseño

Aicher (2003) dice:

El diseño ilustra la filosofía técnica y económica de una empresa, y la imagen de la empresa revela el carácter de la misma, define su mentalidad. El diseñador es el filósofo de la empresa, el que, sea cual sea dicha mentalidad, la hace perceptible. (p. 85)

La calidad de una buena comunicación y de una buena pieza de diseño, son de gran importancia dentro del mercado donde actúa la empresa, ya que este mensaje identificará a la institución y la diferenciará de la competencia.

Para lograr una buena comunicación con el público es fundamental que todo el proceso de elaboración y creación del mensaje se realice mediante

un equipo disciplinado de tareas donde se intercambien opiniones y se realicen tareas conjuntas entre la empresa, diseñadores y todas aquellas áreas que intervengan en el proceso, para pulir al máximo la efectividad del mensaje.

El Diseño Gráfico, en cuanto al hecho comunicacional, puede ser definido por tres elementos:

- **La persuasión:** Procura convencer al receptor de que no existe más que una elección razonable, a través de valores emotivos. El mensaje está destinado a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente.
- **La identificación:** Distingue al elemento del contexto a través de valores neutros que sirven para el reconocimiento.
- **La información:** Refiere a la comunicación objetiva de los eventos. Valores funcionales, utilitarios y racionales.

En la etapa de creatividad es cuando, en un momento de "iluminación", llegamos a la idea rectora, surgida del análisis de datos ya que en el problema se encuentra la solución. La idea, de este modo, será un cambio de punto de vista del problema de un modo original.

El acto de diseñar no está librado al azar, ni a gusto del diseñador, sino que se rige por un sistema ordenado de acciones, en el cual dado el problema daremos una solución posible. Esa solución tendrá una forma (significante) y una función (significado). De ello podemos deducir que el diseño es el arte de la re significación permanente.

- **Legibilidad tipográfica.-** Una publicación debe ser legible, ya que sólo de esta manera se podrá transmitir el mensaje correctamente. Para lograr una lectura placentera no sólo es importante la organización general del texto y la imagen, sino que la elección tipográfica también es decisiva. Una mala decisión en cuanto a la tipografía (su tamaño, inter letraje, interlineado y color), puede producir textos ilegibles. Por el contrario, la decisión correcta dará por resultado un texto de fácil lectura para los receptores.
- **Imagen.-** La inclusión de imágenes es fundamental, ya que es un modo de reforzar, explicar y ampliar mediante el lenguaje visual el contenido del libro, revista o periódico para el que se está diseñando. La elección de las imágenes es significativa, y es importante que las seleccionadas sean coherentes con el texto.

Los elementos visuales son sumamente importantes porque atrapan la atención de los receptores y también porque funcionan como formas de descanso en la lectura, facilitando así la legibilidad.

- **Disposición.-** La imagen puede ubicarse en distintas partes y con diferente relación al texto, generando de esta manera puntos de atracción diversos. Puede tener sus lados pegados al corte, puede tener forma de viñeta, estar centrada, ocupar toda la página, el diseñador decidirá de qué modo disponer las imágenes según el significado que se busque crear.
- **Fotografías e ilustraciones.-** Entre las imágenes se incluyen fotografías e ilustraciones, utilizadas tanto en libros como en revistas y periódicos. Existen algunas diferencias entre ambas. Las fotografías se incluyen al diseño para aportar realismo, ya que representan escenas de la realidad. Las fotografías pueden tener en muchos casos un gran valor artístico que realza el prestigio de la publicación en la que aparecen.

En las revistas y diarios las fotos se utilizan también en los anuncios publicitarios para resaltar los productos y hacerlos más llamativos. La persuasión de un anuncio dependerá en gran medida de la calidad fotográfica. Las ilustraciones, por otra parte, se incluyen fundamentalmente por su valor estético y creativo. Se caracterizan por la originalidad y la expresividad, y tienen el poder de atraer poderosamente la atención de los lectores. Se ha empleado mucho en literatura, como puede observarse en los textos infantiles, en los cuales cumplen una función central.

En el caso de las revistas y periódicos las ilustraciones permiten promocionar productos de forma novedosa y artística, marcando la diferencia con otros productos de la competencia.

Tanto las fotografías como las ilustraciones son herramientas poderosas de atracción para el lector, ya sean imágenes a color o blanco y negro. Si bien el uso de muchos colores suele resultar muy atractivo, también pueden lograrse diseños de alta calidad e impacto en blanco y negro.

Espacios en blanco.- Los espacios en blanco son más importantes de lo que se supone, ya que producen una gran sensación de libertad y claridad. Sirven también como descansos y pausas en la lectura, como espacios de reflexión y como formas de equilibrar la composición.

Grilla o retícula editorial.- La retícula es un esquema que permite subdividir el campo visual en espacios más reducidos a modo de reja. Los campos o espacios pueden tener o no las mismas dimensiones. La altura de los campos se mide por el número de líneas de texto y su ancho depende del cuerpo de la tipografía. Las medidas de altura y ancho se indican con una misma medida tipográfica.

Los campos están separados entre sí por un espacio para que las imágenes no se toquen y para que se conserve la legibilidad. La distancia entre los campos es de una, dos o más líneas (distancia vertical); la distancia

horizontal está en función del tamaño de los tipos de letra y de las ilustraciones.

Tal como se planteó anteriormente, la grilla permite la organización coherente de la información y de las imágenes, teniendo en cuenta el objetivo principal de una publicación: la legibilidad. Es una guía que le permite al diseñador realizar luego el diseño editorial con libertad, asegurando la legibilidad.

6.6. Objetivos

6.6.1. General.

- Promover el desarrollo turístico mediante un catálogo on-line, de las ofertas turísticas del cantón Antonio Ante.

6.6.2. Específicos

- Determinar los espacios de información que va a tener el catálogo.
- Recopilar la información necesaria que se expondrá con respecto a los establecimientos de servicios turísticos y hospedaje existente en el cantón Antonio Ante.
- Clasificación las ofertas de servicios turísticos y hospedaje para la implementación del catálogo.
- Diseño del catálogo informativo de servicios turísticos.

6.7. Ubicación sectorial y física

La presente investigación se realizó en el cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, que se encuentra limitada al norte con Ibarra, al sur con Otavalo, al este con el volcán Imbabura y al oeste con Cotacachi y Urcuquí.

Para ingresar al cantón Antonio Ante se lo puede realizar ya sea desde Quito o desde Otavalo. El tipo de carretera asfaltadas y se encuentra en muy buenas condiciones, el ingreso se le puede realizar en vehículos interprovinciales o particulares.

6.8. Desarrollo de la Propuesta

6.8.1. Se establece la necesidad

El diseño del catálogo de servicios turísticos del cantón Antonio Ante, nace de la necesidad de revalorizar y dar a conocer el cantón, mediante el turismo y sus servicios como son: la gastronomía, el alojamiento, la diversión, entre otros. El catálogo del cantón Antonio Ante, cumple con los aspectos “turístico e informativo”

6.8.2. Soporte/ Formato.

6.8.2.1. Soporte: Catálogo web

El catálogo es una herramienta visual, donde se contempla los servicios turísticos como: gastronomía; alojamiento, diversión y relajación, además de toda la riqueza cultural que posee este cantón; a través de fotografías, recuentos históricos, ilustraciones, redacción, color, vectores, logotipo,

indicadores, tipografías, pie de foto, espacios en blanco, el cual será realizado con el programa de computadora Adobe Ilustrador y el editor Photoscape.



6.6.2.2. Formato:

El tamaño del formato elegido es adecuado para publicación web, ha permitido obtener una presentación muy original y atractiva; además es un tamaño convencional, por lo cual es común en el formato web.

A4 (29,7cm x 21cm) (Abierto)

Grupo objetivo:

El catálogo esta direccionada a todo el público, pero hace un énfasis en el turista joven, que se ha tomado como nuestro grupo objetivo ya que son los que manejan de mejor manera el internet, haciendo que el turista extranjero se sienta un poco más identificado y también que el grupo juvenil se sienta atraído por esta idea.

6.8.3. Concepto Grafico

- **TÍTULO:** “Antonio Ante, destacando su hospitalidad”

Figura 11: Logotipo



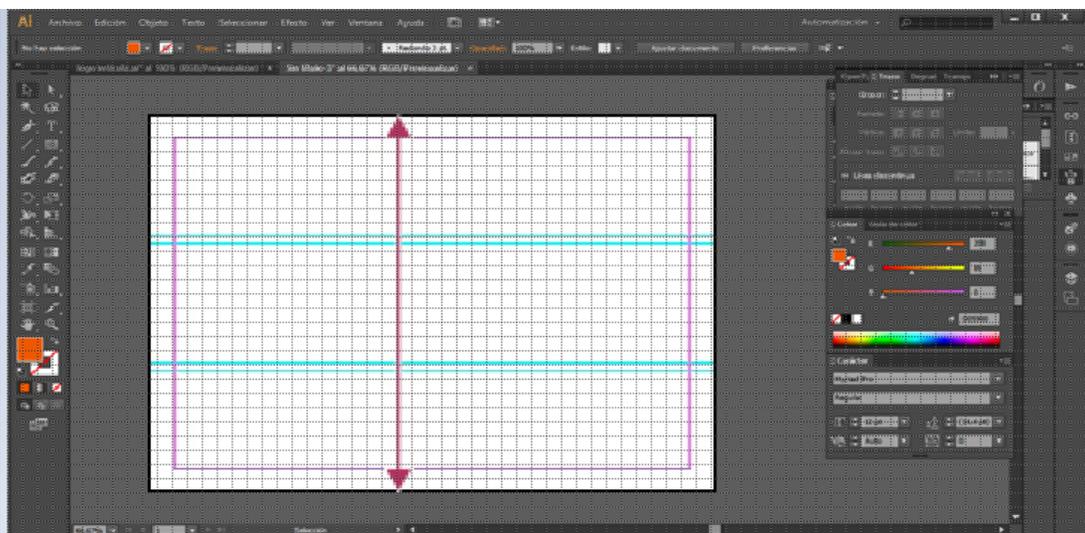
Es un catálogo de servicios turísticos, pretende promocionar los mismos con énfasis en la estadía de los visitantes en el canon, el diseño posee un rasgo distintivo y relacionado a la industria textil.

- **Estilo:** Turístico Informativo, semiformal.
- **Concepto:** Promover el Turismo (Gastronomía, hospedaje, diversión, lugares de distracción).
- **Recursos visuales:** Fotografías – redacción - color – vectores – logotipo – indicadores –espacios en blanco.

6.8.4. Retícula

El diseño del catálogo digital fue realizado de una manera no convencional, consta de cuatro divisiones cada una de estas para cada sección, por lo tanto se trabajara con cuatro retículas para cada dimensión; todas están subdivididas en 4 columnas con espacios para no tener saturación de elementos y para que se conserve la legibilidad.

Figura: 12: **Retícula**



6.8.5. Recopilación de Información

Tabla 22:

Restaurantes:

Lo nuestro	<p>Panamericana norte y Germán Martínez</p> <p>Ofrece al público un amplio salón de eventos y restaurante, con una gran variedad de selectos platos.</p>		
San Rafael	<p>Rocafuerte barrio San Vicente San Rafael un lugar en el cual puedes realizar tus eventos, contamos con bar y restaurante, además de una piscina cubierta para tu confort.</p>	0999986889	
Cebiches de la Rumiñahui # 3 los	<p>Panamericana norte y Luis h. Gordillo</p> <p>La variedad de platos de la costa ecuatoriana en un solo lugar, al mejor precio y con el mejor sabor.</p>		
Asadero la Brasa roja # 3	<p>Panamericana s/n y Gral. Enríquez</p> <p>Asadero de pollos a la brasa ofrece al público en general los mejores precios y el con sabor inconfundible.</p>	0993425709	

<p>La casa de Marín #1</p>	<p>General Enríquez y Alejandro Andrade Sirve desayuno, almuerzo, café y bebidas, platos a la carta para el selecto público, atendemos de martes a domingo sin interrupción de horarios.</p>	<p>2908593</p>	
<p>Pollo Loco Atuntaqui</p>	<p>González Suárez y Sucre El pollo asado que degustaras con el mejor sabor, solo lo encontraras en Pollo Loco, tu mejor opción</p>		
<p>Asadero Pollo Rico</p>	<p>Panamericana sur y González Suárez Asadero de pollos y restaurante Pollo Rico, atiende al público de lunes a domingo, brindando el mejor sabor y gran variedad de platos.</p>	<p>2907474</p>	
<p>Mundo Marino</p>	<p>Pérez Muñoz y Olmedo Los ceviches de la costa directamente a tu alcance, disponemos también de una variedad de platos para el deguste de tu paladar.</p>		

Señor Camarón	<p>Sucre y 2 de Marzo</p> <p>Ofrecemos la mejor comida del mar. - ceviches camarón, concha - ceviches mixtos - encebollados - levantamueertos - arroz con camarón apanado - pescado, frito, - bebidas, jugos naturales y otros</p>		
RESTAURANTES COMIDA TÍPICA			
Fritadas Amazonas # 1	<p>Simón Bolívar y José Joaquín Olmedo</p> <p>La Tradición de Comer Rico y Sano, la mejor comida típica ecuatoriana solo en Atuntaqui, tu mejor experiencia.</p>	2907641	
Patio y Jardín	<p>Parroquia Imbaya - vía a Urcuquí.</p> <p>Es un restaurante de comida típica donde encontrara lo mejor de la gastronomía del Ecuador. Se fusiona con un jardín Orquideario en el cual se replica la vida de estas plantas. Disfrute, viva y sienta como cada momento</p>	0980361710	

se vuelve inolvidable.

García Moreno s/n y Velasco Ibarra

Parrilla del Che la

Lo mejor en carnes y cuyes, parrilladas especiales, cuyes, parrillada y caldo de gallina de campo lomos, pollo a la plancha, pinchos, costillas en salsa barbecue, alitas en salsa barbecue, chuletas, hamburguesas, mote con chicharrón, cueritos y bebidas

2907045



Plaza Argentina (junto al coliseo)

Cuyes el Serranito

Preparación platos típicos cuyes, conejo, 1/4 Pollo, realizados al carbón, con el mejor sabor y a los mejores precios, tu mejor solución.

2906598



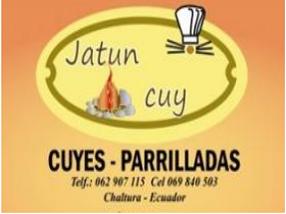
La Colina	<p>Obispo Mosquera s/n (barrio el Álava)</p> <p>Expertos en preparación de cuyes, ofrece a su distinguida clientela lo mejor en cuyes,</p>	2906647	
La Hornilla	<p>Abdón Calderón y Obispo Mosquera</p> <p>En sus veinte años de experiencia ha ido mejorando el proceso de elaboración, hasta satisfacer los gustos y preferencias de sus exigentes clientes, es un negocio familiar que conjuga el servicio con la tradición, la elegancia con la sencillez y el sabor con el buen gusto</p>	2906846	
Jatun Cuy	<p>Sucre y Cornelio Velasco</p> <p>El paradero turístico, Jatun cuy ofrece a su distinguida clientela cuyes, parrilladas, caldo de gallina de campo.</p>	2907115	

Tabla 23:

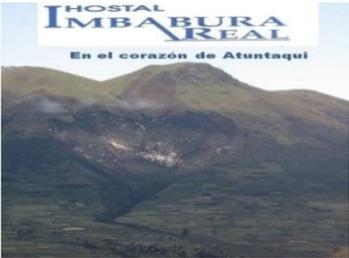
Diversión

Amnesia	<p>Av. San Vicente</p> <p>Un lugar donde te olvidas de todo. Tu novio, Tu novia, Tu Mujer, Tus deudas, hasta de cómo está tu carro. En pocas palabras sufres de AMNESIA y el resto es pura diversión.</p>	0993044422	
Mone	<p>Gonzales Suarez y Bolívar</p> <p>Un lugar diferente y exclusivo, para que lo disfrutes con tus amigos.</p>	0983957980	
Zona Blue	<p>Sucre entre 2 de Marzo y Gonzales Suarez</p> <p>Un nuevo concepto de diversión, los mejores tragos y por supuesto las mejor atención en un ambiente acogedor</p>	0994301180	

	Panamericana a 1º metros del semáforo principal		
Kabalah	Es un bar donde hay una sola regla y es divertirse al máximo	0997425266	

Tabla 24:

Alojamiento

Imbabura real	Bolívar y Amazonas		
	Lo mejor en Atuntaqui, donde usted es el REY.		
	Ofrece habitaciones confortables con baño privado, ducha de agua caliente, internet wifi, televisión con cable y atención de calidad.		
		2907564	
RummiSissa	Sánchez y Cifuentes 4-23 y 10 de Agosto		
	Hostería RummiSissa, un lugar maravilloso construido con los sueños del ayer, con excelentes instalaciones para brindar al huésped la tranquilidad, contamos con	2907718	

alojamiento, restaurant,
piscina, sauna, turco, e
hidromasaje

Santa Rosa
del Moras

Barrio Santa Rosa - calle
Amazonas

El lugar ideal para relajarse y
vivir verdaderos momentos
de paz junto a la naturaleza.
Alejado de la ciudad, su
mejor opción a la hora de
descansar.



2907365

Panamericano

Panamericana norte s/n y
Jorge Regalado

Sabemos que desde este
momento su estadía con
nosotros es una experiencia
inolvidable lo invitamos a
conocer la calidad y calidez
de nuestros servicios donde
la mejor opción para su
estancia es el HOTEL
Panamericano.



2908082

Pueblo Viejo	Panamericana norte km 2 ½	
	<p>Enmarcada dentro del concepto de turismo rural de descanso, “Pueblo Viejo” es una hostería que nace con la idea de brindar un servicio de calidad y trato de primera, para que los turistas nacionales y extranjeros puedan pasar inolvidables momentos de descanso y relajamiento alejados del ruido de la ciudad, conjugando intimidad y todas las comodidades imaginables.</p>	
		2908826
Natabuela	Panamericana norte km. 3 ½	
	<p>Gracias al servicio personalizado, y la comodidad de nuestras instalaciones harán de su estadía en Hostería Natabuela sea un soñado paraíso, en donde podrá relajarse y disfrutar del hermoso paisaje</p>	
		2932032

Tabla 25:

Complejos y Recepciones

La hornilla #2	Obispo Mosquera	2533256	
	Obispo Mosquera s/n y Velasco		
Valle hermoso de Chaltura	Desde sus inicios, Valle Hermoso ha ofrecido a sus visitantes un ambiente acogedor y familiar, creado para ofrecer una experiencia única este complejo se encuentra ubicado a 120 km al norte de la ciudad de Quito, capital del Ecuador.	2907873	
Monte azul	Bolívar 02-26 y pichincha Dispuesto para todo tipo de eventos, con la mejor atención y al mejor costo, ven y realiza tus eventos en Monte Azul.		
Fabrica Imbabura	Abdón Calderón y Junín, Maquinaria Inglesa y Alemana que data del siglo pasado (1900-1925) repartida a lo largo de las diferentes secciones: batanes, cardas, hilatura, telares, tintorería, entre otras, que en visita a ellas es		

imposible no imaginar volver
aquella época y sentir una
profunda admiración por
nuestros antepasados;

Tabla 26:

Fiestas populares y atractivos

Fiestas de Cantonización de Se celebra el 2 de marzo de cada año, se realizan varios eventos, con gran diversidad de actividades iniciando con el pregón, bailes, conciertos entre otros, para el deguste de propios y extraños



Fiestas de su patrona Sta. Martha Se realiza un pregón en honor a la Santa, se incluye festivales artísticos, serenatas y eucaristías en los diferentes barrios de la parroquia



Fiestas populares de fin de año Con la realización de actividades jocosas, esta fiesta se la realiza cada 31 de diciembre, resaltando lo ocurrido durante el año en el cantón



y el país, con un desfile de comparsas que deleita a propios y extraños

Expo feria Industrial, artesanal y turística Se la realiza en la época de carnaval en el mes de febrero, se exponen al visitante gran variedad de prendas de vestir, platos típicos, artesanías y shows de artistas en vivo, lo que hace una experiencia inolvidable para el visitante.



Paila-tola Nombre que relaciona a la forma de una paila, ya que su cima es de superficie cóncava, El tambor de guerra llamada comúnmente, donde los héroes sembraron el germen de nuestra nacionalidad.



Orozco-tola Actualmente alberga al cementerio de la parroquia de Andrade Marín, es la más grande de las tolas q aun existen.



Pupo-tola Contigua a la Orozco-tola, pero de menor proporción, de líneas armoniosas y formas redondas, nos habla del sentido artístico que tuvo el pueblo de los Tontaquis en la construcción de tolas.



6.8.6. Clasificación.

En el presente numeral se procede a la selección, para de manera adecuada jerarquizar los servicios de más relevancia en el cantón para ubicarlos en el catálogo. En el catálogo de servicios se publicitarán los siguientes servicios:

Tabla 37:

Restaurantes.

Fritadas Amazonas: Atuntaqui

Señor Camarón; Atuntaqui

Mundo Marino: Atuntaqui

La casa de Marín: Atuntaqui

Sabor Antaño: Atuntaqui

San Rafael: Atuntaqui

La Hornilla: Chaltura

El Chozón: Chaltura

Lo Nuestro: Natabuela

Tabla 28:

Alojamiento

Imbabura real: Atuntaqui

Rummi Sissa: Andrade Marín

Santa Rosa del moras: Atuntaqui

Panamericano: Atuntaqui

Pueblo Viejo: Natabuela

Natabuela: Natabuela

Tabla 29:

Complejos y recepciones

Valle Hermoso de Chaltura: Chaltura

Monte Azul: Atuntaqui

Fabrica Imbabura: Andrade Marín

Tabla 30:

Bares y Discotecas

Amnesia: Atuntaqui

Mone: Atuntaqui

Zona Blue: Atuntaqui

Kabalah: Andrade Marín

6.8.7. Diagramación.

6.8.7.1. Logotipo

Figura 13: *Grilla con logotipo*



6.8.7.2. Portada.

Figura 14: *Portada*



El diseño de la portada es de estilo muy sobrio, pero a su vez dinámico y novedoso, consta con una variedad de fotografías referentes a las parroquias y su especialidad. El diseño simétrico le da un aspecto vistoso, por lo que predomina un color celeste.

6.8.7.3. Contraportada

Con el fin de aportar con el estilo de la portada que es bastante sobrio, la contraportada contiene un diseño de una cinta fotográfica con imágenes de los servicios, es decir lo que se ofrece en el cantón, al pie de esta ilustración se observa la frase “Destacando su hospitalidad”

6.8.7.4. Número de hojas y páginas

Tabla 31:

Páginas del catalogo

Hojas	Servicios Publicitados
18	36

6.8.7.5. Diseño de las paginas informativas

Figura 15: *Diseño de página*

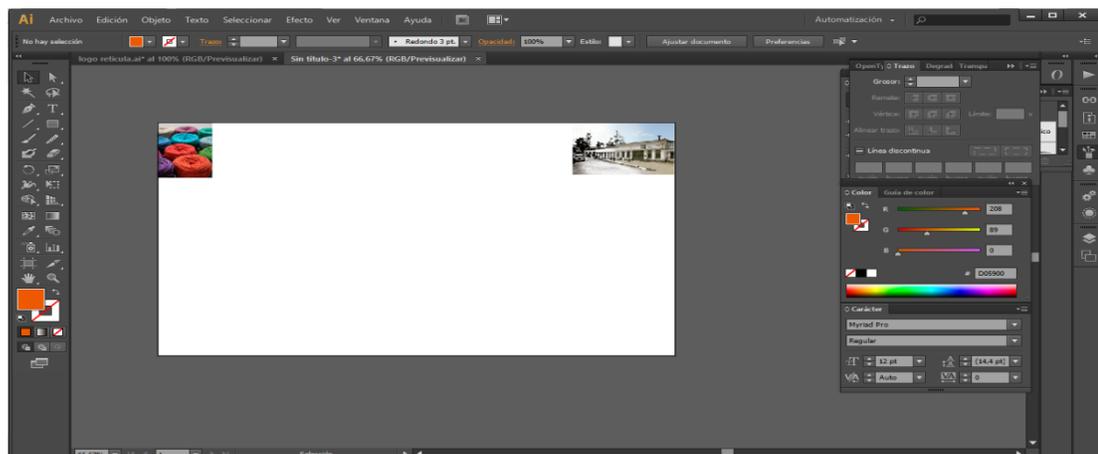


Figura 16: Diseño de página 2



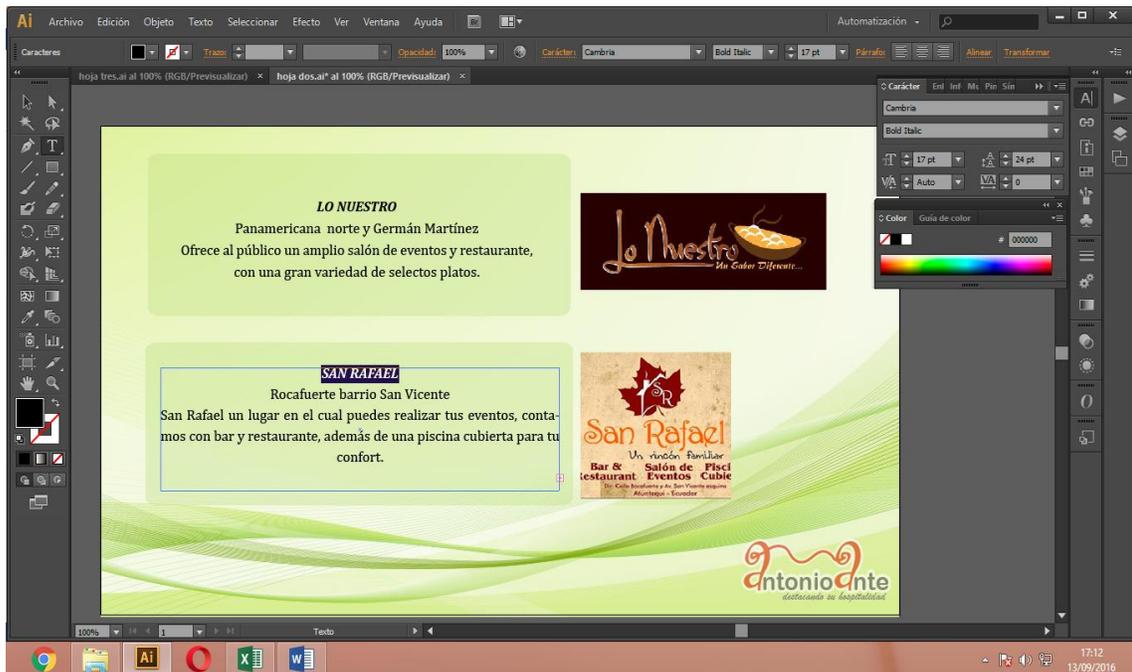
Figura 17: Diseño de página 3



Figura 18: Diseño de página 4



Figura 19: Diseño de página 5



6.9. Diseño del Catalogo

Figura 20: Diseño de logotipo

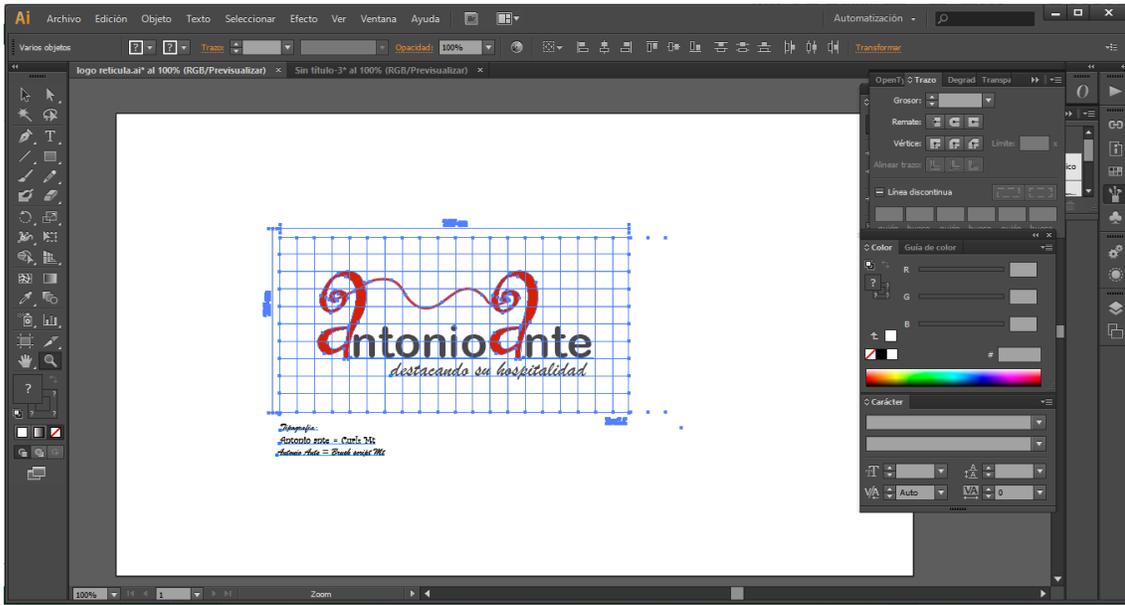


Figura 21: Diseño de portada



Figura 22: *Restaurante*

HOTEL PANAMERICANO
Abrimos nuestras puertas desde el 20 de agosto del 2010, somos nuevos pero con una amplia visión de brindarles una excelente calidad de servicios en el mundo de la Hotelería y Turismo Sabemos que desde este momento su estadía con nosotros es una experiencia inolvidable lo invitamos a conocer la calidad y calidez de nuestros servicios donde la mejor opción para su estancia es el HOTEL PANAMERICANO



HOSTERIA SANTA ROSA DE MORAS
El lugar ideal para relajarse y vivir verdaderos momentos de paz junto a la naturaleza.
Estamos gustosos en atenderles en nuestras amplias instalaciones en un ambiente acogedor para disfrutar en pareja o en familia. Nuestra ubicación permite disfrutar de hermosos paisajes, gastronomía, cultura y tradición de la región norte del Ecuador.



Figura 23: *Restaurantes 2*

LO NUESTRO
Panamericana norte y Germán Martínez
Ofrece al público un amplio salón de eventos y restaurante, con una gran variedad de selectos platos.



SAN RAFAEL
Rocafuerte barrio San Vicente
San Rafael un lugar en el cual puedes realizar tus eventos, contamos con bar y restaurante, además de una piscina cubierta para tu confort.



Figura 24: Restaurantes 3

LOS CEVICHE DE LA RUMIÑAHUI
Panamericana norte y Luis h. Gordillo
La variedad de platos de la costa ecuatoriana en un solo lugar, al mejor precio y con el mejor sabor.

LA BRASA ROJA
Panamericana s/n y Gral. Enríquez
Asadero de pollos a la brasa ofrece al público en general los mejores precios y el con sabor inconfundible.

Antonio Ante
Restaurante en hostelerías

Figura 25: Alojamiento

ALOJAMIENTO

Antonio Ante
Restaurante en hostelerías

Figura 26: Alojamiento 1

HOSTERIA PUEBLO VIEJO
Panamericana norte km 2 ½

Enmarcada dentro del concepto de turismo rural de descanso, "Pueblo Viejo" es una hostería que nace con la idea de brindar un servicio de calidad y trato de primera, para que los turistas nacionales y extranjeros puedan pasar inolvidables momentos de descanso y relajamiento alejados del ruido de la ciudad, conjugando intimidad y todas las comodidades imaginables



HOSTERIA NATABUELA
Panamericana norte km. 3 ½

Gracias al servicio personalizado, y la comodidad de nuestras instalaciones harán de su estadía en Hostería Natabuela sea un soñado paraíso, en donde podrá relajarse y disfrutar del hermoso paisaje



Figura 27: Alojamiento 2

HOSTAL IMBABURA REAL
Bolívar y Amazonas

Lo mejor en Atuntaqui, donde usted es el REY.
Ofrece habitaciones confortables con baño privado, ducha de agua caliente, internet wifi, televisión con cable y atención de calidad.



RUMMISSA
Sánchez y Cifuentes 4-23 y 10 de Agosto

Hostería Rummi Sissa, un lugar maravilloso construido con los sueños del ayer, con excelentes instalaciones para brindar al huésped la tranquilidad, contamos con alojamiento, restaurant, piscina, sauna, turco, e hidromasaje



Figura 28: Fiestas populares y atractivos turísticos



Figura 29: Fiestas populares y atractivos turísticos 1



Figura 30: Fiestas populares y atractivos turísticos 2

FIESTAS POPULARES DE FIN DE AÑO
Con la realización de actividades jocosas, esta fiesta se la realiza cada 31 de diciembre, resaltando lo ocurrido durante el año en el cantón y el país, con un desfile de comparsas que deleita a propios y extrañosism al norte de la ciudad de Quito, capital del Ecuador.



EXPO FERIA INDUSTRIAL, ARTESANAL Y TURÍSTICA
Se la realiza en la época de carnaval en el mes de febrero, se exponen al visitante gran variedad de prendas de vestir, platos típicos, artesanías y shows de artistas en vivo, lo que hace una experiencia inolvidable para el visitante.



Figura 23: Fiestas populares y atractivos turísticos 3

PAILA-TOLA
Nombre que relaciona a la forma de una paila, ya que su cima es de superficie cóncava. El tambor de guerra llamada comúnmente, donde los héroes sembraron el germen de nuestra nacionalidad



PUPU-TOLA
Contigua a la Orozco-tola, pero de menor proporción, de líneas armoniosas y formas redondas, nos habla del sentido artístico que tuvo el pueblo de los Tontaquis en la construcción de tolas.



6.10. Impactos

Tabla 32:

Impactos

RANGO	SIGNIFICADO
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
+1	Impacto bajo positivo
+2	Impacto medio positivo
+3	Impacto alto positivo

6.10.1. Impacto social

Tabla 33:

Impacto social

Indicador	Impacto	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	Frecuencia
Mejoramiento de la calidad de vida							x		+2
Conocimiento de la ciudad								x	+3

Perdida de la cultura	x	0
Concientizar acerca de lo nuestro		x +3
Información turística		x +3
Total		+11

El catálogo de servicios turísticos de Antonio Ante, tendrá un impacto social muy importante por cuanto, permitirá el mejoramiento de la calidad de vida, además esto permitirá difundir toda la riqueza histórica, cultural y de hospitalidad a los visitantes y a la ciudadanía por lo tanto será un impacto de tipo positivo. Con la creación de este catálogo, todos los pobladores y en especial los visitantes, tendrán una gran fuente de conocimientos referentes a servicios de la ciudad en que viven o visitan.

6.10.1. Impacto económico

Tabla 34:

Impacto económico

Indicador	Impacto	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	Frecuencia
Desarrollo económico								x	+3
Incremento de divisas.								x	+3
Aumento de							x		+2

empleo		
Mejoramiento de servicios	x	+3
Mejora las ventas	x	+3
Total		+14

Con la creación del catálogo y sobre todo con la difusión del mismo a toda la localidad se permitirá un crecimiento económico en el cantón ya que esto atraerá a más turistas locales, nacionales y extranjeros, esto de cierta manera incrementara las ventas, por lo tanto se generaran más divisas promoviendo el dinamismo no solo para el sector turístico, sino para el sector industrial y artesanal, por lo que es un impacto positivo económicamente hablando.

6.10.2. Impacto Empresarial

Tabla 35:

Impacto empresarial

Indicador \ Impacto	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	Frecuencia
Incremento de inversionistas							x	+3
Aumento de establecimientos de hospedaje						x		+2
Implementación						x		+2

de nuevos servicios		
Alianzas entre establecimientos.	x	+3
Total		+10

En lo que respecta al ámbito empresarial, es positivo, incentivando a que los empresarios existentes mejoren sus instalaciones y nuevos empresarios inviertan y creen nuevos establecimientos, acorde a las necesidades, de igual manera al sector industrial por el que se caracteriza el cantón, el impacto será beneficioso en un alto porcentaje.

6.10.3. Impacto turístico

Tabla 36:

Impacto turístico

Indicador \ Impacto	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	Frecuencia
Desarrollo turístico							x	+3
Incremento de visitantes							x	+3
Sobrecarga turística				x				0
Mejoramiento de los servicios							x	+3

turísticos		
Estatus turístico	x	+2
a nivel provincial		
Total		+11

Como es lógico el impacto en el aspecto turístico es positivo, ya que el cantón, van a ser más conocidas y visitadas, a tal punto que ganara un mejor estatus a nivel provincial en cuanto a turismo se refiere.

6.11. Difusión

6.11.1. Financiamiento

Sector público

Mediante el Gobierno Municipal de Antonio Ante, que formulará parcialmente el financiamiento para la creación y difusión del catálogo de servicios turísticos.

Sector privado

Mediante el aporte económico a cambio de publicidad en el catálogo de servicios turísticos de las diferentes empresas de servicios turísticos del cantón Antonio Ante.

6.11.2. Canales de Comercialización

El catálogo será subido al internet, mediante el cual se lo difundirá de manera permanente al visitante y a todo aquel que necesite conocer, se lo

propagara también por las redes sociales como Facebook, twitter e Instagram.

6.12. Bibliografía

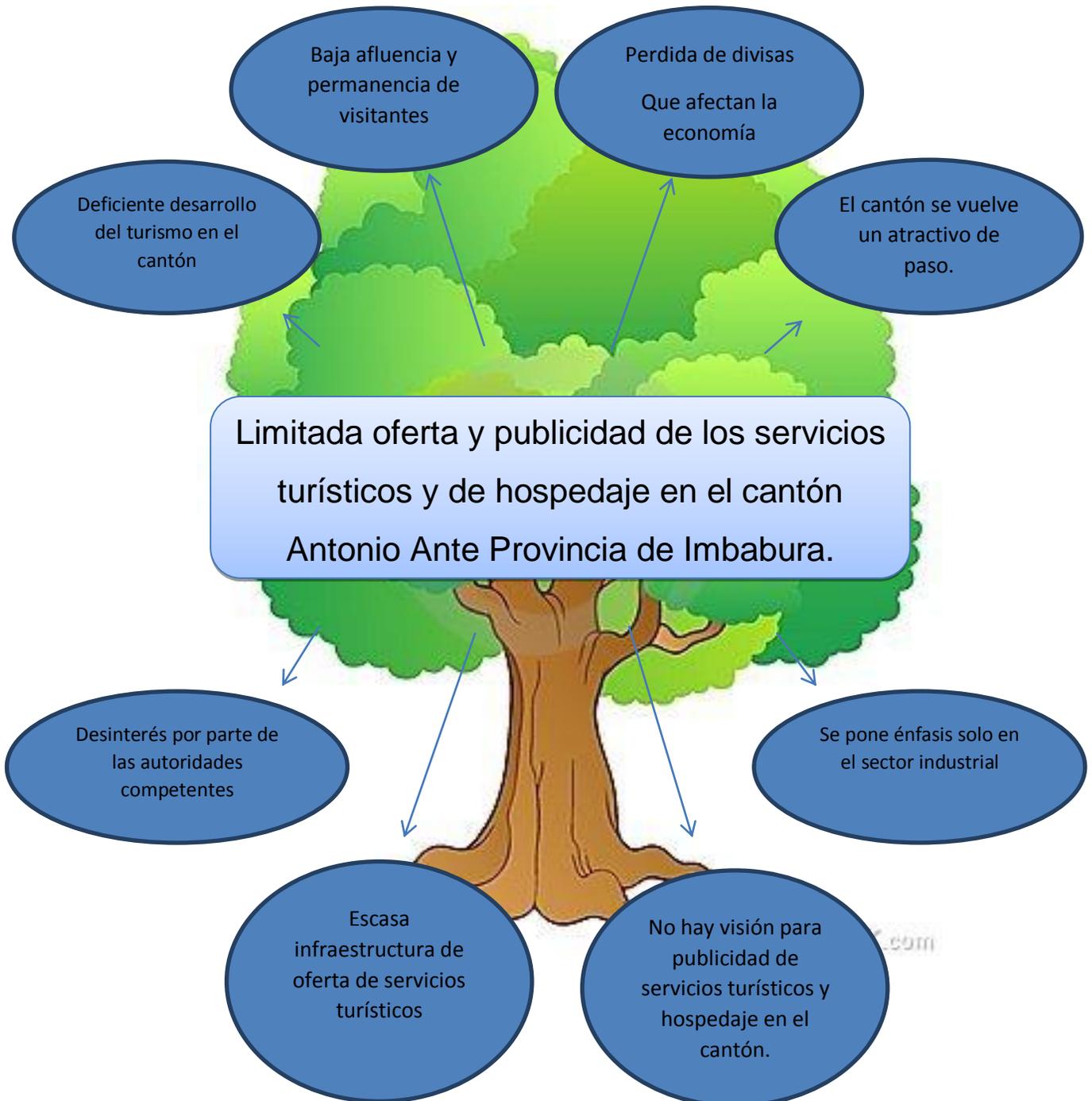
- Avila, M. (2008). *Plan de Marketing Turístico para incrementar la ocupación en los establecimientos hoteleros del cantón Antonio ANte provincia de Imbabura*. Quito.
- BernalL, C. (2006). *Metodología de la investigación para administración, humanidades y ciencias sociales* (Segunda ed.). Mexico: Pearson educación.
- Cardenas, A. (2 de 11 de 2006). *investigación científica*. Recuperado el 26 de Diciembre de 2014, de Las clases de Iso metodos de investigación: <http://alexcardenas.blogspot.com/2006/11/las-clases-de-metodos-de-investigacion.html>
- Carrasco, S. (2013). *gestión de la atención al cliente/consumidor*. España: Paraninfo.
- Civallero, E. (2011). Danzante y tonada. *tierra de vientos N°3*.
- Cubillo, J. (2014). *Estrategias de Marketing Sectorial*. España: ESIC.
- Gallego, J. (2012). *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles bares y restaurantes*. Paraninfo.
- Gallego, J. (2012). *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles bares y restaurantes*. Paraninfo.
- Grande, Esteban Ildfonso. (2006). *Marketing de los Servicios*. Madrid: ESIC.

- Kotler, P. (2003). *Fundamentos de marketing* (Sexta ed.). Mexico: Person Educacion.
- Navarro, A. (2009). *Recepcio Hotelera y Atencion al Cliente*. España: Paraninfo.
- OMT. (2014). Integrar las criticas de los huespedes en la clasificacion hotelera puede tener consecuencias positivas. *Organizacion Mundial del Turismo*.
- Portugal, M. (Abril de 2007). *promonegocios.net*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2014, de mercadotecnia: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html>
- Ramirez, A. (2007). *Estratejias de Aprendizaje y Comunicaion* (Primera ed.). Bogota: Educc.
- Ramos, E. (01 de 07 de 2008). *Gestion Polis*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2014, de Métodos y técnicas de investigación: <http://www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm>
- Rivera, J. (2014). *Marketing Sectorial Principios y Aplicaciones* (Primera ed.). España: ESIC.
- Rodriguez, M. (2005). *Metodologia de la Investigacion* (Quinta ed.). Mexico: Universidad Juarez Autonoma de Tabasco.
- Torres, M. (2004). *El Establecimiento hotelero*. españa: Ideaspropias.
- V, Martha Elena. (2007). *Calidad y Servicios Conceptos y herramientas*. Bogota: ECOE.
- Vera, J. (2012). *Diseño de una Hosteria Ecologica*. Manabi: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA.
- Arquys Arquitectura “Cabañas Arquitectura” recuperado el 21 de enero del 2015 de <http://www.arqhys.com/articulos/cabanas-arquitectura.html>
- Buenas Tereas.com “Relación del Turismo con la administración, alojamiento, costos y Factor humano” recuperado el 21 de Enero del 2015 de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Relaci%C3%B3n-Del-Turismo-Con-La-Administraci%C3%B3n/1872275.html>

- Scribd “Turismo y Alojamiento” recuperado el 4 de Enero del 2015 de <http://es.scribd.com/doc/6801115/Turismo-y-Alojamiento#scribd>
- Viajeros.com “Clasificación de los hoteles, de una a cinco estrellas” recuperado el 4 de Enero del 2015 de <http://www.viajeros.com/articulos/903-clasificacion-de-hoteles-de-una-a-cinco-estrellas>
- Hostels Club “Hostales y Hoteles ¿Qué diferencia hay?” recuperado el 23 de Enero del 2015 de http://www.hostelsclub.com/help_art-es-13.html
- Ineventos.com “¿Qué es un servicio de catering?” recuperado el 08 de Abril del 2015 de <http://www.ineventos.com/blog/que-es-un-catering.aspx>

6.13. Anexos

ANEXO 1: Árbol de Problemas



ANEXO 2: Matriz Categorical				
Concepto	Categoría	Dimensión	Indicador	Ítems
El servicio turístico se define como una actividad de oferta, la misma que está dirigida a personas que busquen prestaciones como las de sus hogares pero lejos de ellos, incluyendo esto la pernoctación, alimentación, diversión, entretenimiento y relajación, puede incluir aprendizaje como actividad	Establecimientos de hospedaje	Oferta Turística Alojamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Habitaciones. - Lavandería. - Televisión. - Cable. - Internet. 	<p>¿Con que tipo de habitaciones cuenta su establecimiento?</p> <p>¿Su servicio de alojamiento cuenta con lavandería?</p> <p>¿Su servicio de alojamiento cuenta con televisión?</p> <p>¿Su servicio de alojamiento cuenta con cable?</p> <p>¿Su servicio de alojamiento cuenta con internet?</p>
		Demanda Turística	<ul style="list-style-type: none"> - Registro de Turistas. - Número de Turistas. - Turistas Nacionales. - Turistas extranjeros 	<p>¿Su establecimiento cuenta con registro de turistas?</p> <p>¿Cuántos turistas se alojan en su establecimiento al mes?</p> <p>¿Cuál es el promedio de turistas nacionales?</p> <p>¿Cuál es el promedio de turistas extranjeros?</p>
	Servicios	<ul style="list-style-type: none"> - Recepción. - Parqueadero. - Piscina. 	<p>¿Su establecimiento cuenta con el servicio de recepción?</p> <p>¿Su establecimiento cuenta con el servicio de parqueadero?</p>	

	Servicio Turístico	complementarios	<ul style="list-style-type: none"> - Transporte - Salones de eventos - Restaurante 	<p>¿Su establecimiento posee piscina?</p> <p>¿Su hotel cuenta con el servicio de transporte?</p> <p>¿Su hotel cuenta con el servicio de salón de eventos?</p> <p>¿Su establecimiento cuenta con un restaurante?</p>
		Servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Trato al cliente. - Relación empleado-cliente. - Recepción de quejas y cumplidos 	<p>¿Qué tipo de trato se le da al cliente en su establecimiento de hospedaje?</p> <p>¿Qué relación lleva el empleado con el cliente en su establecimiento?</p> <p>¿Su establecimiento posee el servicio de recepción de quejas y cumplidos?</p>

ANEXO 3: Matriz de coherencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>- ¿Cuál es la incidencia de los servicios turísticos y hospedaje para el desarrollo turístico del cantón Antonio Ante?</p>	<p>- Determinar la oferta de servicios turísticos y hospedaje, y su incidencia en el desarrollo turístico del Cantón Antonio Ante.</p>
FORMULACION DEINTERROGANTES	OBJETIVOS ESPECIFICOS
<p>- ¿Qué tipo de servicios turísticos se ofertan en el cantón Antonio Ante?</p> <p>- ¿Cómo influyen los servicios a fines al turismo, en el desarrollo turístico del cantón Antonio Ante?</p> <p>-¿Cómo proveer al turista de información precisa acerca de los establecimientos de prestación de servicios turísticos y hospedaje en el cantón Antonio Ante?</p>	<p>- Diagnosticar la situación actual de la oferta de servicios turísticos en el Cantón Antonio Ante.</p> <p>- Establecer la influencia de los servicios a fines al turismo, en el desarrollo turístico del cantón Antonio Ante.</p> <p>- Diseñar un catálogo en línea, que provea al turista información precisa acerca de los establecimientos de prestación de servicios turísticos y de hospedaje en el cantón Antonio Ante.</p>

ANEXO 4: Formato Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE ECUACACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CARRERA DE TURISMO

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN ANTONIO ANTE

La presente encuesta va destinada a determinar qué piensan los moradores con respecto a la prestación de servicios turísticos, que se brinda en el medio y de qué manera incide en el desarrollo turístico del Cantón Antonio Ante.

Instrucciones:

Marque con una "X" la respuesta que usted considere conveniente y seleccione una sola opción de las indicadas o varias opciones en el caso de respuestas múltiples.

1 Datos Generales

1.1. Género: a) Masculino () b) Femenino ()

1.2. Edad

a) 18-30 años () b) 30-59 años () c) más de 60 años ()

1.3. Nivel de Instrucción:

a) Primaria () b) Secundaria () c) Bachiller d) Superior ()

2. Cuestionario

2.1.- ¿Cree usted que el cantón cuenta con la infraestructura necesaria para hospedaje?

- a) Si () b) No ()

¿Por qué?

.....
.....

2.2.- ¿Qué tipo de establecimiento de alojamiento considera usted que es el más solicitado por el visitante?

- a) Hotel ()
b) Hostal ()
c) Hostería ()
d) Hospedaje Comunitario ()

2.3.- De acuerdo a su consideración. ¿Cómo calificaría a la calidad en el servicio que se brinda en los establecimientos de hospedaje del cantón?

Variables:

- 1 = Muy adecuado 4 = Inadecuado
2 = Adecuado 5 = Muy Inadecuado
3 = Indiferente

	Ítems	1	2	3	4	5	Criterio
A	Atención al cliente.						
B	Prestación del servicio de alojamiento y complementarios						
C	Personal						
D	Instalaciones						

2.4.- En cuanto a servicios turísticos, ¿Cuáles cree usted son los más solicitados por el visitante del Cantón?

- a) Bar ()
- b) Discoteca ()
- c) Complejo Turístico ()
- d) Complejo Turístico Cultural ()
- e) Restaurante ()
- f) Operadora Turística ()
- g) Alojamiento ()
- h) Información ()
- i) Transporte Turístico ()

2.5.- ¿Cómo cree usted que los servicios turísticos se brindan en el cantón?

1 = Muy adecuado 4 = Inadecuado
 2 = Adecuado 5 = Muy Inadecuado
 3 = Indiferente

Ítems	1	2	3	4	5	Criterio
A Atención al cliente.						
B Prestación del Servicio Turístico						
C Personal						
D Instalaciones						
E Autoridades						

2.6.-¿Qué tipo de servicios complementarios al turismo cree usted deberían ser implementados en el cantón?

- a) Deportes de Aventura ()
- b) Alimentación Tradicional ()
- c) Piscina ()

- d) SPA ()
- e) Canchas Deportivas ()
- f) Caminatas guiadas ()
- g) Expresiones artísticas ()
- h) Camping ()
- i) Información Turística ()
- j) Atracciones Turísticas (Parques) ()
- k) Otros ()

Cuales:.....

2.7.-¿Cuál cree usted es la manera más adecuada de ofertar los servicios turísticos en el cantón?

- a) Televisión ()
- b) Letreros ()
- c) Internet ()
- d) Municipio Local ()
- e) Otros ()

Cuales:.....

2.8.- ¿Cómo considera la gestión de las autoridades en el área de Desarrollo Turístico del cantón?

Variables

1 = Muy adecuado 4 = Inadecuado
 2 = Adecuado 5 = Muy Inadecuado

3 = Indiferente

	Ítems	1	2	3	4	5	Criterio
A	Publicidad						
B	Señalética						
C	Capacitaciones						
D	Convenios						
E							

2.9.- Con respecto a los turistas o visitantes, ¿Cree usted que se llevan una buena impresión acerca de los servicios turísticos ofertados en el cantón?

- a) Si ()
- b) No ()

2.10.- ¿Cuál de las siguientes alternativas considera usted, es la más adecuada para la difusión de los servicios que se ofertan en el cantón?

- a) Catálogo en línea ()
- b) Guía o revista ()
- c) Trípticos ()
- d) Otros()

Cuales:.....
.....

Gracias por su amable colaboración

Anexo 5: Formato entrevista.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE ECUACACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
CARRERA DE TURISMO**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS ADMINISTRADORES Y
PROPIETARIOS DE ESTABLECIMIENTOS DE PRESTACION DE
SERVICIOS TURISTICOS Y HOSPEDAJE DEL CANTÓN ANTONIO
ANTE**

Entrevista destinada a conocer de qué manera se está manejando el aspecto de servicios turísticos y alojamiento, y su incidencia en el desarrollo turístico del cantón Antonio Ante.

Instrucciones:

Favor responder las preguntas de la manera más adecuada y puntual posible.

- 1.- Considera Usted, ¿Qué su establecimiento de hospedaje aporta al desarrollo del Cantón Antonio Ante?
- 2.- Cree Usted, ¿Qué las instalaciones de sus establecimientos de servicios turísticos están adecuadas para la recepción de turistas?
- 3.- Con respecto a capacitación. ¿Cómo considera que su personal se encuentra en conocimientos a fines al turismo?
- 4.- ¿Cómo considera Usted la relación entre los empresarios turísticos y la municipalidad del Cantón? ¿Cuál es su criterio referente al tema?
- 5.- Considera Usted que. ¿La prestación de servicios de calidad aporta a un desarrollo turístico adecuado?

6.- ¿Cuáles opina usted, son los principales limitantes para ofertar servicios turísticos y de hospedaje en el cantón Antonio Ante?

Anexo 6: Glosario de Términos.

- **Aparcamiento:** Lugar destinado a aparcar un vehículo.
(wordreference.com)
- **Calidad:** Conjunto de propiedades y características específicas de un producto o servicio que le distinguen, y confieren capacidad de satisfacer necesidades, deseos, y expectativas de los clientes.
- **Camping:** Término inglés que sirve para hacer referencia a lo que en castellano sería la acampada o el acto de acampar.
- **Catering:** Servicio profesional que se dedica preferentemente al suministro de comida preparada, pero también puede abastecer de todo lo necesario para organizar un banquete o una fiesta:
- **Cliente:** Persona que regularmente adquiere productos y/o servicios en una empresa determinada a través de procesos de intercambio.
- **Cordialidad:** Característica de lo que es amable o afectuoso.
- **Cumplido:** Acción obsequiosa o muestra de cortesía.
- **Degustar:** Probar o catar alimentos o bebidas.

- **Enfatizar:** Poner énfasis en la expresión de alguna cosa.

- **Exógenos:** Que se forma en el exterior.
- **Expectativa:** criterio o idea preconcebida que sobre un producto o servicio, tienen los clientes, aún antes de haberlos comprado o consumido.

- **Inmaterial:** No material.

- **Mobiliario:** Conjunto de elementos facilitados por los ayuntamientos para el servicio público:

- **Ocio:** Tiempo libre, sin actividad laboral, que se dedica al descanso o a realizar otro tipo de actividades.

- **Rigidez:** Rigor, severidad, inflexibilidad.

- **Servicio:** Cúmulo de tareas desarrolladas por parte de la oferta para satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de la demanda.

- **Shopping:** Del vocablo inglés, shopping es el que hace referencia al acto de comprar, de intercambio de una mercancía por una determinada cantidad de dinero o su equivalente.

- **SPA:** Se conoce como Spa a aquellos establecimientos que ofrecen tratamientos, alternativas de relajación y terapias, utilizando como fuente principal y base de estos el agua.

- **Trekking:** En sentido estricto, trekking o Trek es una caminata en una región montañosa.
- **Turista:** Visitante de un destino turístico que permanece en él, más de 24 horas, con al menos una pernoctación y hasta un año.
- **Vanguardia:** Supone estar primero, estar en el punto más avanzado
- **Viaje:** Desplazamiento físico desde una zona geográfica a otra.
- **Visitante:** Persona que viaja a un destino primario distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año.

Disponible en: Organización Mundial de Turismo. **“Glosario de términos de turismo”**, (2013), disponible en: “<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>”

Y de: Crece negocios, disponible en: “<http://www.crecenegocios.com/glosario-de-marketing/>”

Anexo 7: Captura Urkund

The screenshot displays the Urkund web interface. The top navigation bar includes the Urkund logo and a 'List of sources' tab. The main content area is divided into two sections: a document analysis summary on the left and a list of sources on the right.

Document Analysis Summary:

- Submitted:** 2015-05-15 11:13 (-05:00)
- Submitted by:** dbaez9@gmail.com
- Receiver:** nmbenitez.utn@analysis.urkund.com
- Message:** Marco teorico corregido [Show full message](#)
- Summary:** 9% of this approx. 15 pages long document consists of text present in 5 sources.

List of sources:

Rank	Path/Filename
1	Tesis Jocasta 2015.docx
2	MADELINE.docx
3	Restauración.pdf
4	TESIS COMPLETA DIANA URKUD 04 MARZO 2015.docx

The bottom section of the interface shows the beginning of a document text:

Capitulo II 1. MARCO TEÓRICO 1.4. Fundamentación Teórica Antonio Ante es un cantón de Ecuador, localizado en la provincia de Imbabura, se divide políticamente en las parroquias Andrade Marín, Chaltura, Natabuela, San Roque e Imbaya, además de su cabecera Cantonal que es Atuntaqui, el cantón posee una superficie de 79km2. Es posible visitar lugares variados como sus tolas más conocidas que son la Pailatola, Orozcotola, y Pupotola, además de deleitarse con su variada y típica gastronomía como son la fritada y los cuyes de Chaltura, o también visitar San Roque y obtener artesanías de cabuya y lana, en Imbaya también se puede degustar del tradicional jugo de caña fabricado en las molindas muy comunes en la parroquia, en Atuntaqui se puede visitar la variedad de almacenes, en los que se puede adquirir todo tipo de ropa elaborada con excelente calidad. Son variadas las alternativas y por las que en el cantón Antonio Ante se puede practicar caminatas, camping, excursiones, trekking, shopping y muchas otras actividades para la diversión del visitante 1.4.1. El Servicio. Se

The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the date and time: 1:18 PM, 10-Jul-15.