

UNIVERSIDAD DE CUENCA



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD CARRERA DE TITULACIÓN ESPECIAL (CTE)

TURISMO

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de
"Licenciada en Administración Turística", consistente en un ensayo
académico

"PERFIL DEL VISITANTE DEL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO"

Autora:

XIMENA GABRIELA ORTIZ ORELLANA

Director:

ING. DANIELA FERNANDA ARMIJOS CHILLOGALLO

Cuenca – Ecuador
27 Julio 2015



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo



Universidad de Cuenca
Cláusula de derechos de autor

Yo, *Ximena Gabriela Ortiz Orellana*, autora de la tesis "Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Licenciada en Administración Turística. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor/a

Cuenca, a 23 de Julio de 2015

Ximena Gabriela Ortiz Orellana

C.I: 060416434-3



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo



Universidad de Cuenca
Clausula de propiedad intelectual

Yo, *Ximena Gabriela Ortiz Orellana*, autora de la tesis "Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, a 23 de Julio de 2015

Ximena Gabriela Ortiz Orellana

C.I: 060416434-3



ÍNDICE

Resumen.....	1
Abstract.....	2
Dedicatoria.....	3
Agradecimiento.....	4
Introducción.....	5
SECCIÓN 1.....	6
Identificación de las principales motivaciones de visita en el cantón Alausí	6
SECCIÓN 2.....	17
Definición del perfil del visitante del cantón Alausí.....	17
SECCIÓN 3.....	26
3.1 Punto de vista	26
3.2 Análisis crítico.....	27
3.3 Argumentos del Contexto.....	28
3.4 Reflexiones dentro del mismo.....	28
CONCLUSIONES.....	30
RECOMENDACIONES.....	31
BIBLIOGRAFÍA.....	32
GLOSARIO.....	35
ANEXOS.....	38
Anexo 1.....	43
Anexo 2.....	44
Anexo 3.....	56
Anexo 4.....	61



RESUMEN

Con el pasar de los años el turismo se ha convertido en una de las actividades de mayor afluencia a nivel mundial. Al hablar de turismo, muchas cosas vienen a la mente de la persona como por ejemplo, la necesidad de conocer y visitar lugares que llamen la atención. Los turistas o visitantes aprovechan su tiempo de ocio para disfrutar y salir de la rutina aprovechando su tiempo libre para realizar turismo y convertirse en un turista con el solo hecho de salir de su lugar de origen. Personas de diferentes nacionalidades viajan alrededor del mundo, es así que se ve la necesidad de conocer a profundidad los aspectos relevantes y características de los mismos. El perfil de un turista y/o visitante se basa en saber de buena fuente cuales son los gustos y preferencias al momento de realizar un viaje. Por esta razón, siendo el cantón Alausí uno de los atractivos de mayor afluencia de la provincia de Chimborazo, gracias a su diversidad de atractivos (cultural, natural, arqueológico, arquitectónico y férreo) se ve la necesidad de conocer gustos y preferencia de los turistas y/o visitantes que llegan al cantón.

El trabajo investigativo que se presenta a continuación detalla gustos, preferencias, gastos, formas de viaje y disponibilidad de los turistas y/o visitantes al momento de realizar un viaje fuera de lugar de procedencia. A la vez, destacando un análisis en cada uno de los puntos antes mencionados para dar mayor veracidad al trabajo realizado.

Palabras Clave: turismo, visitante, perfil del turista y/o visitante, tiempo libre, gustos, preferencias, atractivo, disponibilidad, origen, nacionalidades.



ABSTRACT

With the passing of years tourism has become one of the greatest influxes around the world. Talking about tourism, many things come to the person's mind as an example, the need to know and visit places that catch his/her attention. Tourists or visitors take advantage of their leisure or free time to enjoy and leave the routine taking its time to make tourism with the mere fact of leaving their place of origin. People of different nationalities travel around the world so there is a need to know in depth their relevant aspects when making tourism. The profile of a tourist or visitor is based on knowing by a good source which is the preferences at the time of making a trip. For this reason, being Alausí a town of greater influx attractions of the province of Chimborazo, thanks to its diversity of attractions such as cultural, natural, archaeological, architectural, and rail makes one feels the need to know tastes and preferences of tourists and/or visitors who come to the town. Therefore, the research highlights in a detailed way tastes, preferences, expenditures, forms of travel having a complete veracity on the work done.

Key words: tourism, visitor, profile of the tourist/visitor, free time, tastes, preferences, touristic attractions, availability, origin, nationalities.



DEDICATORIA

Sin lugar a dudas el apoyo incondicional de la familia es uno de los pilares fundamentales en la vida del ser humano. En primer lugar, quiero dar gracias a Dios por haber unido la vida de mis padres y darme la dicha de vivir momentos increíbles junto a ellos, ya que con su amor y paciencia han logrado hacer de mí la persona que soy hoy en día. Gracias papi y mami por sus regaños las veces que he sentido desvanecer y me han dado la fuerza necesaria para seguir luchando contra la marea y culminar satisfactoriamente mi carrera universitaria. No fue nada fácil pero hoy puedo decir que lo logré. A toda mi familia gracias por existir y apoyarme en todo momento que he necesitado palabras de aliento para seguir con mi lucha. A todos ustedes simplemente GRACIAS.

Ximena Gabriela.



AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento fraterno a todos los maestros de la Universidad de Cuenca, en especial a los docentes de la Facultad Ciencias de la Hospitalidad que supieron guiarme e impartir conocimientos a lo largo de mi carrera universitaria. De igual manera un agradecimiento fraterno a la Ing. Daniela Armijos quien con su ayuda dio pie para que éste trabajo investigativo culmine satisfactoriamente. No podían faltar mis amigas incondicionales que desde que iniciamos la carrera han estado junto a mí en la lucha diaria por ver culminado nuestros estudios; amigas lo logramos. Infinitas gracias.

Ximena Gabriela.



INTRODUCCIÓN

El Ecuador se ha convertido en un destino turístico por excelencia los últimos años gracias a nuevas alternativas que presenta el Ministerio de Turismo a los visitantes y/o turistas nacionales e internacionales para disfrutar de su tiempo de ocio en los diferentes atractivos y destinos turísticos que presenta el país al mundo. Son muchas las alternativas que destaca el Ecuador; con sus cuatro mundos, costa, sierra, amazonia y región insular haciendo del país un lugar extraordinario para visitar presentando un Ecuador que *"Ama la Vida"*.

Uno de los atractivos de mayor importancia para el país es el ferrocarril. Este atractivo tuvo su respectiva rehabilitación aproximadamente hace siete años gracias a la intervención y apoyo del gobierno y el Ministerio de Turismo. La línea férrea cruza el país por diferentes lugares desde la sierra hasta la costa ecuatoriana y uno de los lugares que actúa como punto de unión entre la costa y la sierra es el cantón Alausí. Este cantón se ha convertido en un atractivo que llama la atención a propios y extraños. Alausí fue declarado Patrimonio Cultural del Ecuador en el año 2004 gracias a la conservación de sus atractivos culturales, naturales, arqueológicos, arquitectónicos y férreo; llegando a convirtiéndose a la vez en uno de los cantones reconocidos a nivel provincial. Por esta razón, se ve la necesidad de conocer el perfil de turistas y/o visitantes que llegan al cantón para conocer gustos y preferencias de los mismos gracias a observaciones de campo y a la utilización de encuestas que fortalecen la investigación.



SECCIÓN 1

IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES MOTIVACIONES DE VISITA EN EL CANTÓN ALAUSÍ

El turismo, sin lugar a dudas es una de las actividades que en la actualidad está obteniendo una acogida y desarrollo inigualable; tomando en cuenta que sus inicios se dan desde la existencia humana, es decir, los seres humanos nómadas y sedentarios que se trasladaban de un lugar a otro por diferentes necesidades, siendo una de las principales, la alimentación. Sin embargo, con el pasar de los años, las peregrinaciones fueron uno de los principales desarrollos para el turismo. Devotos de diferentes lugares se trasladaban gracias a sus creencias religiosas, lo que les permitía pernotar y conocer lugares gracias a las romerías. Por otro lado, se habla también de la burguesía. Aquí los hijos de los bruguenses (personas con un excelente nivel económico) viajaban para su formación académica, cada uno con tutores que los ayudaban a conocer y educarse de mejor manera. Con la creación del ferrocarril durante la revolución industrial, el turismo tuvo un mayor impulso para que las personas tengan mayor interés por viajar; implementándose de cierta manera las famosos “vacaciones”, donde cierto periodo de tiempo los trabajadores aprovechaban de este tiempo para tener un momento en familia y así aprovechar su tiempo de ocio. Es por esta razón que el turismo es también conocido como una industria sin chimeneas, que nace con la necesidad de conocer, explorar o el simple interés de salir de la rutina.

Gracias a estos antecedentes la Organización Mundial del Turismo manifiesta que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. (OMT, 1)

El turismo a nivel mundial se ha convertido en un movimiento de masas, lo cual lleva a millones de personas a recorrer el mundo por distintas necesidades. Es así que para el año 2014 según el último número del Barómetro OMT del



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Turismo Mundial, “en 2014 las llegadas de turistas internacionales alcanzaron la cifra de 1.138 millones, lo que supone un incremento del 4,7 % con respecto al año anterior. La previsión de la OMT para 2015 es que el turismo internacional aumente entre un 3% y un 4%, y siga contribuyendo a la recuperación económica mundial” (Barómetro Turístico Mundial OMT, 1).

Con esto se puede apreciar un incremento realmente asombroso de llegadas de turistas internacionales a nivel mundial; y que además está demostrando ser una actividad económica capaz de contribuir de manera positiva a los países y a la vez generando fuentes increíbles de empleo.

Ecuador es uno de los países caracterizado por su diversidad y por ello es reconocido a nivel mundial; se encuentra ubicado en Sudamérica, en el ombligo del mundo; es un país megadiverso gracias a la presencia de la cordillera de los Andes, sus costas inigualables, su Amazonia mística y la península insular Galápagos conocida como el laboratorio científico por su flora y fauna a nivel mundial. “El Ecuador es reconocido a escala mundial por su riqueza y variedad en cuanto a las plantas y animales que posee por metro cuadrado”. (MINTUR, 1)

Además posee atractivos extraordinarios que llaman la atención a millones de turistas nacionales y extranjeros. Muchos de ellos realizan sus viajes ya sea por cuestiones de negocios, estudios, diversión, entre otros. Por esta razón, el país en la actualidad se ha convertido en una potencia turística por excelencia, gracias a las promociones que está obteniendo en diferentes lugares del mundo. Según el Ministerio de Turismo, el Ecuador en el año 2013 tuvo un total de 1'054.057 de turistas que ingresaron de diferentes partes de mundo, incluyendo los cinco continentes. Para el año 2014 tuvo un total de 1'557.006 turistas internacionales. Con esto se logra ver un incremento muy favorable en el turismo, logrando así tener mayores ingresos económicos. Por último, para el mes de Enero del 2015 el país ha tenido una gran afluencia de turistas, con un total de 169,378. (MINTUR, 2)



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Para que esto tenga lugar, el principal factor son las motivaciones que cada turista posee para comenzar a recorrer diferentes lugares. Ante esto, Alexandre García y Assumpta García en su libro *La Mente del Viajero*, manifiestan que “Las necesidades, motivos y motivaciones son los motores de la conducta humana y, por lo tanto, son vitales para activar los mecanismos que mueven el turismo. El motivo se da cuando una persona tiene un impulso que genera una necesidad, que a su vez crea una sensación de insatisfacción que no desaparecerá hasta que dicha necesidad sea satisfecha”. (García, 47) Estas necesidades una vez satisfechas logran que el turista quiera o desee viajar por segunda vez al lugar que llenó sus expectativas.

Existen diferentes tipos de motivaciones, para lo cual Enrique Bigné en su libro titulado *Marketing de Destinos Turísticos – Análisis y Estrategias de Desarrollo*, destaca que las motivaciones del turismo se encuentran determinadas por factores sociales, destacándose:

- Motivaciones físicas: actividades deportivas, recreación y descanso.
- Motivaciones culturales: visitar monumentos, espectáculos artísticos y el interés por aprender nuevos idiomas.
- Motivaciones interpersonales: conocer nuevas personas, visitar a amigos – familiares, variar la rutina diaria, hacer nuevas amistades, entre otros.
- Motivaciones de estatus y prestigio: relacionadas con la propia imagen.
- Motivaciones de puro ocio.

Estas son las más comunes y destacadas al momento de realizar turismo. (Bigné, 215)

Por otro lado, la Universidad de Turismo de Murcia, basándose en datos de la OMT, hace una clasificación de las motivaciones turísticas, obteniendo:

- Motivos personales: Vacaciones, recreo y ocio



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Visitas a familiares o amigos

Educación y formación

Salud y atención médica

Religión y peregrinaciones

Compras

Tránsito

Otros motivos

- Negocios y motivos profesionales (Universidad de Turismo de Murcia,7)

Gracias a la existencia de dichas motivaciones, el turista se siente en la libertad de expresar, conocer y satisfacer dicha necesidad para su propio beneficio. Esto lo hace con la certeza de que su viaje, ya sea solo, con amigos o familiares, a la final sea una experiencia única.

Se sabe que el Ecuador tiene un total de 24 provincias, las cuales están divididas en: Costa, Sierra, Oriente y Galápagos. Una de las provincias conocidas como el centro del país es la provincia de Chimborazo. Esta provincia en los últimos años ha tenido una gran afluencia de turistas gracias a sus diferentes atractivos turísticos, siendo el de gran relevancia “*El Ferrocarril Andino*”.

El ferrocarril de ha convertido en uno de los principales y llamativos atractivos turísticos del Ecuador, llamando la atención a turistas nacionales y extranjeros. Uno de los cantones más antiguos de la provincia y del país tiene el privilegio de contar con este atractivo de renombre a nivel mundial – Alausí.

Alausí se encuentra ubicado al sur de la provincia de Chimborazo, fue fundada el 29 de junio de 1534 siendo una de las primeras poblaciones en ser conquistada por Sebastián de Benalcázar dentro de la Real Audiencia de Quito. El cantón, además de poseer un gran atractivo como lo es el ferrocarril también posee atractivos naturales, culturales, arqueológicos y arquitectónicos.

Dentro de los atractivos naturales se encuentra las lagunas de Ozogoche (nace del jíbaro ushu, que significa glotón), el mismo que se encuentra dentro del



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Parque Nacional Sangay. En este lugar en el mes de septiembre las aves, conocidas como cuvivis, realizan un tributo llamado "Tributo de las aves". Las aves llegan al páramo frío de la localidad de Ozogoche a finales del mes de agosto y a inicios del mes de septiembre donde realizan un vuelo colectivo que termina en las frías aguas de la laguna. Por otro lado, están los atractivos culturales destacándose en la localidad del cantón. Uno de los mayores atractivos son las Fiestas de San Pedro de Alausí, la misma que se celebra a mediados del mes de junio. Se realizan las corridas de toros, una tradición que se da desde la conquista española. Otro atractivo perteneciente al cantón es la parroquia de Achupallas, donde se encuentra uno de los atractivos más influyentes del imperio Incásico como lo es El Camino del Inca. Este tramo comprende un atractivo arqueológico importante para el cantón. Por último, están los atractivos arquitectónicos. Siendo Alausí uno de los cantones más antiguos de la provincia sus casas de adobe y sus calles empedradas son sin lugar a duda una ilustración simbólica del patrimonio que dejaron los antepasados para mantener, recordar y conservar su tradición. (G.A.D del Cantón Alausí, 1)

Esto y más son los motivos y necesidades por los cuales los turistas sientan la necesidad de viajar, conocer lugares, tradiciones, culturas y la gastronomía del lugar que son lo que definen a un pueblo.

Las motivaciones de los turistas pueden variar de acuerdo a cada necesidad que presenten, es decir, pueden existir motivaciones que para unas personas sean importantes como para otras no. Ante esta situación los turistas ya sean receptores o emisores, darán a conocer sus principales motivos de movilización de un lugar a otro acorde a herramientas de investigación que ayudan a conocer con mayor precisión sus decisiones de viaje.

Muchos de los turistas salen de su lugar de origen a disfrutar tiempo con su familia, amigos, entre otros. Dentro del ámbito turístico es de vital importancia conocer a profundidad estos motivos. Para el desarrollo de esta investigación es necesario utilizar un método cuantitativo, lo cual corresponde a un instrumento muy común y conocido como es el uso de la "encuesta", para



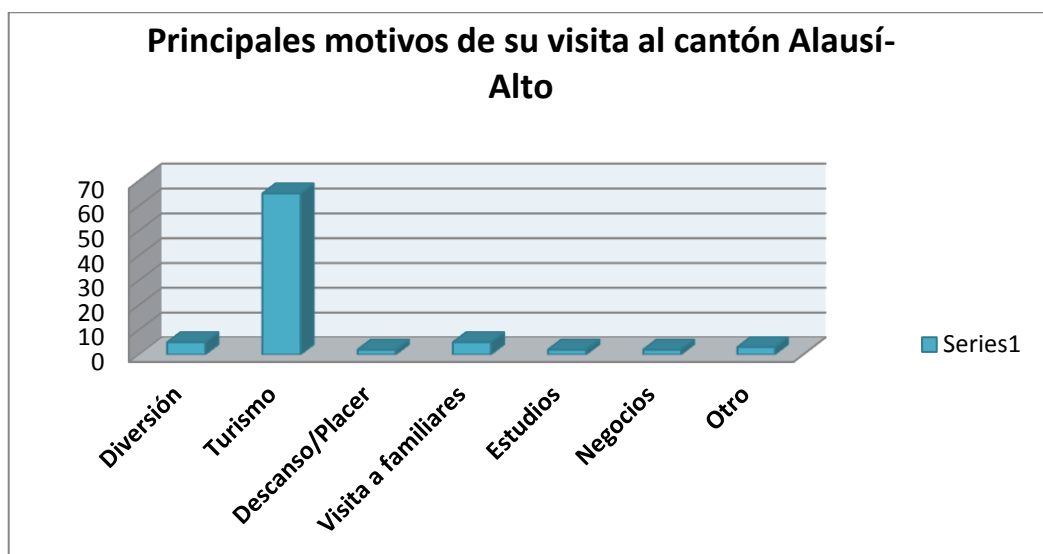
Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

despejar interrogantes y ayudar a conocer con mayor veracidad las motivaciones que influyen en los turistas.

Para conocer el perfil del visitante del cantón Alausí se basó en un modelo de encuesta tomando en cuenta preguntas claves para esta investigación. En base a datos registrados por el G.A.D y Ferrocarriles del Ecuador para el año 2014 ingresaron 67.800 turistas siendo el universo de la unidad muestral, y a la vez tomando en consideración un nivel de confianza del 90% y un grado de error de 0.09% en la fórmula de la muestra, dando como resultado un tamaño muestral de 84 encuestas para aplicarlo tanto a turistas nacionales como extranjeros. (Ver Anexo 1)

Los encuestados fueron destinados a personas adultas de ambos sexos y su lugar de origen varía de acuerdo a su procedencia tanto de turistas nacionales como de extranjeros. (Ver Anexo 2)

Las preguntas que encabezan la encuesta son las motivaciones y los factores que influyen que una persona realice actividades adicionales que están fuera de su entorno habitual. Para esto se toma en consideración aspectos claves que motiva a una persona a emprender su viaje. Dentro de las opciones se señala: por diversión, turismo, descanso o placer, visita a familiares o amigos, por estudios, por negocios, entre otros.



Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia

Fecha: Junio 01/2015



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

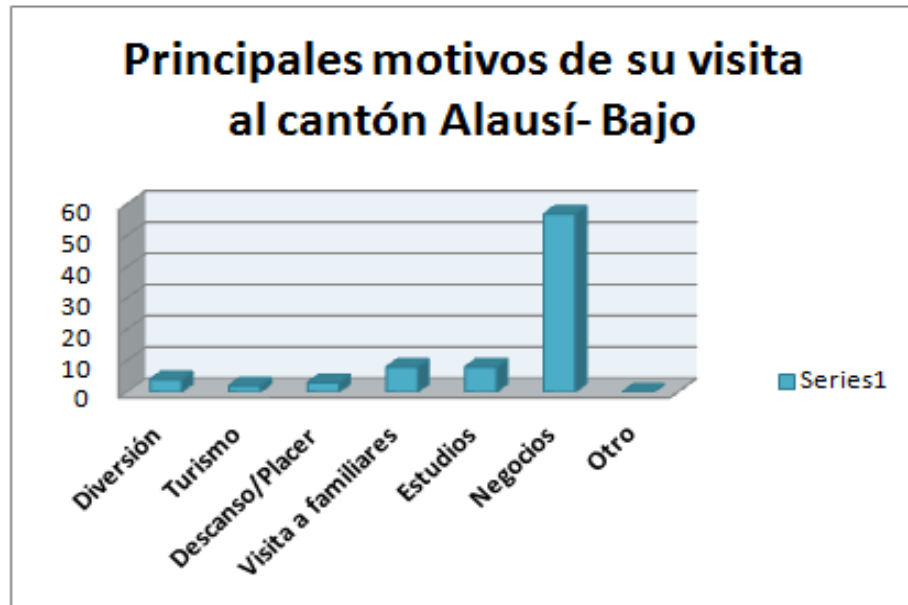
Ante esta incógnita los turistas nacionales y extranjeros manifestaron que su mayor influencia motivacional es el *turismo* (como se puede ver en la gráfica) – la experiencia de vivir y conocer nuevos lugares –. Ante este análisis se puede destacar que son muchos los turistas que llegan al cantón Alausí ya que en la actualidad el principal motor que influye la visita hacia el mismo es el tren. Éste realiza el recorrido Alausí – Sibambe (Nariz del Diablo) – Alausí. Sin embargo, los turistas también aprovechan este espacio para recorrer los atractivos que posee el cantón, destacando el Monumento de San Pedro de Alausí que está a pocos metros de la estación de Ferrocarril; de igual manera el Parque 13 de Noviembre, llamando así en conmemoración a la Independencia del cantón. Otro atractivo que destaca es la Iglesia Matriz, ubicado a pocos pasos de este Parque; su diseño y estructura hace que el turista sienta la necesidad de conocer y fotografiar este lugar de carácter religioso. Por último, el indiscutible Puente Negro haciendo que las personas sienta adrenalina al máximo al momento de cruzar de extremo a extremo este atractivo con 200 metros de largo y 65 metros de altura. Así también se destacan los atractivos aledaños al cantón como son las lagunas de Ozogoche, las conchas petrificadas en la parroquia de Achupallas y Huigra conocida como la “Eterna Primavera” gracias a su clima templado, entre otros. (Ver Anexo 3).

Seguido de este, la segunda opción por la cual viajan es por el simple hecho de buscar *diversión*. Salir de la rutina habitual hace que provoque en las personas obtener máxima recreación para regresar a sus lugares de origen completamente reanimados y activos para comenzar nuevamente con sus funciones laborales siempre y cuando su viaje haya cumplido con todas sus expectativas.

A la vez, como tercera opción manifestaron por *visita a familiares o amigos*. Como cuarta opción señalaron por *descanso o placer* ya sea en familia, de manera grupal o inclusive individual. Como última opción dentro de las motivaciones están los *negocios* y *estudios* que resultaron ser los más bajos dentro de la encuesta realizada como se puede ver en la siguiente gráfica.

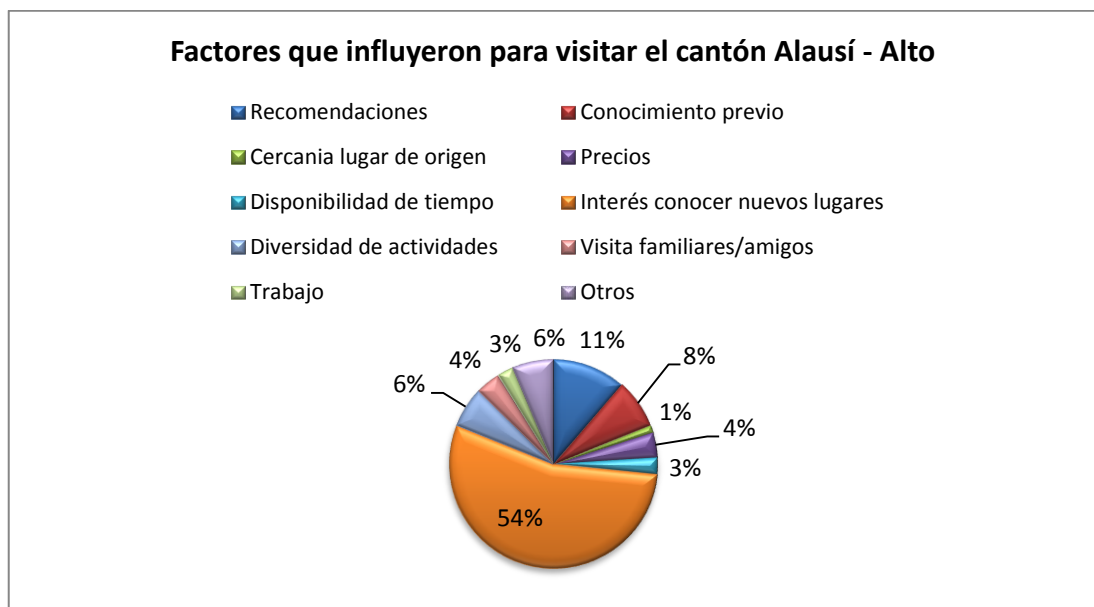


Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo



Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
 Fecha: Junio 01/2015

Por otro lado también se destaca los factores que influyeron en la visita al cantón Alausí.



Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
 Fecha: Junio 01/2015



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Dentro de las opciones que encontraban los turistas (nacionales y extranjeros) fueron: por recomendaciones, conocimiento previo del lugar, por la cercanía de su lugar de origen, por la comodidad en los precios (alcance de todo consumidor), por la disponibilidad de tiempo, el interés por conocer nuevos lugares, diversidad de actividades, por visitar a familiares o ambos dentro de la localidad, y por trabajo u otros factores.

Para esto la mayor parte de turistas supieron presentar que su principal influencia de viaje es el *interés por conocer nuevos lugares*. Los turistas se sienten en la mayoría de los casos cansados de conocer lugares que ya han visitado con anterioridad, es por eso que deciden aventurar hacia nuevos lugares. A más de esto está también el interés por conocer “La Nariz del Diablo”, que es una de las obras de ingeniería más difícil del mundo que llaman la atención a propios y extraños.

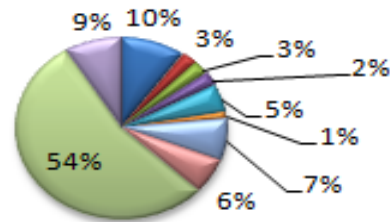
Como segunda opción destacaron las *recomendaciones* dado por amigos, familiares o personas cercanas. Como tercera opción se destaca el conocimiento previo del lugar; considerando que para algunos turistas era la segunda o tercera ocasión que visitaban el cantón y lo realizaban con mucho agrado ya que se sentían en armonía.

Con lo que respecta a las opciones que quedaron como bajas dentro de las encuestas, la mayor parte de los turistas dejaron en último lugar la opción de trabajo. Con esto, se puede decir que las personas que llegan al cantón Alausí lo realizan por turismo netamente.



Factores que influyeron para visitar el cantón Alausí - Bajo

- Recomendaciones
- Cercanía lugar de origen
- Disponibilidad de tiempo
- Diversidad de actividades
- Trabajo
- Conocimiento previo
- Precios
- Interés conocer nuevos lugares
- Visita familiares/amigos
- Otros



Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015

El turista puede viajar por diferentes motivos como ya se lo menciona anteriormente; alguno de ellos puede ser por turismo, otros por diversión e incluso por negocios. Sin embargo, con lo que respecta a negocios se lo puede tomar desde un punto de vista positivo, ya que el turista una vez que concluya con sus obligaciones puede tomar la libertad de conocer y aprovechar de su tiempo de ocio. Es por esta razón que las motivaciones dentro del ámbito turístico es uno de los aspectos primordiales para que un turista se sienta con la necesidad de viajar y conocer lugares asombrosos que llenen sus expectativas.

Ecuador al ser una potencia turística a nivel mundial por sus grandes y reconocidos atractivos, hace que el turista sienta la curiosidad de conocer y apreciar la diversidad paisajística que posee el país. Uno de los atractivos que se destaca en este documento es el cantón Alausí, el mismo que presenta una variedad de atractivos que llaman la atención de visitantes nacionales y extranjeros.



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Alausí al estar ubicado en un lugar estratégico dentro de la sierra ecuatoriana y a más de poseer un atractivo reconocido a nivel mundial como es la ruta férrea de la “Nariz de Diablo” hace que los turistas se sientan motivados por conocer y apreciar la diversidad de atractivos que ofrece el cantón. A más de esto, ayudan a que el cantón obtenga ingresos económicos ayudando al fortalecimiento turístico de dicho cantón.



SECCIÓN 2

DEFINICIÓN DEL PERFIL DEL VISITANTE DEL CANTÓN ALAUSÍ

En el ámbito turístico, conocer el perfil de los turistas que llegan a diferentes destinos es de vital importancia, ya que de esta manera se obtiene con mayor certeza y seguridad datos específicos que ayudan a conocer los antecedentes de cada uno de los turistas que llegan a una localidad.

En ocasiones al escuchar la palabra “turista”, viene a la mente del ser humano una persona extranjera con diferentes gustos a la hora de vestir, como por ejemplo un turista con pantalón deportivo, camiseta, zapatos deportivos y una mochila que la acompaña siempre en su viaje. Sin embargo, las personas no se dan cuenta que los turistas nacionales también recorren el país y no necesariamente visten de la misma forma antes mencionada; en consideración a esto, el turismo se desarrolla en muchos destinos en medio de estereotipos.

El turismo se ha convertido en una de las actividades de mayor influencia en el mundo. Por este motivo la OMT destaca diferentes tipos de turismo, los mismos que se distinguen por varios factores como son:

En primer lugar está el turismo emisor, el mismo que hace referencia a las personas que realizan turismo fuera de su lugar de origen. En segundo lugar, el turismo interno donde las personas realizan actividades de ocio en su lugar de residencia. El turismo internacional ocupa el tercer lugar, el mismo que hace referencia a las personas que disfrutan de su tiempo libre en actividades realizadas fuera del país natal. En cuarto lugar está el turismo nacional abarcando el turismo interno y emisor, donde los visitantes realizan actividades dentro y fuera del país de referencia. Por último, el turismo receptor encierra las actividades realizadas por un visitante no residente en un país de referencia. (OMT, 1)



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

El Ecuador a pesar de estar dentro de los países más pequeños de Sudamérica posee una diversidad increíble lo que hace que muchos turistas se interesen por conocerlo.

Ma. Lorena Castellanos en su artículo *El Turismo en el Ecuador Megadiverso* destaca que “Ecuador es uno de los 17 países más megadiversos del mundo, es decir, es uno de los países que tiene la mayor diversidad de animales y plantas por área. Según el Ministerio del Ambiente, con menos de 0,2% de la superficie global, el Ecuador alberga 18% de las aves a nivel mundial, 18% de las orquídeas, 10% de los anfibios y 8% de los mamíferos” (Castellanos, 46).

Gracias a esta indiscutible referencia personas de diferentes partes del mundo como: Francia, Estados Unidos, Canadá, Alemania, Perú, Colombia, entre otros hacen que se enamoren de este mágico lugar como lo es Ecuador, ayudando a generar ingresos económicos que son en beneficio para los ciudadanos locales y al país en general.

Sin embargo, la mayor afluencia de turistas en el país es nacional. Los feriados y las famosas vacaciones son las principales causas para que inspire al turista nacional recorrer y conocer su país. Ecuador al ser un país megadiverso y al poseer cuatro regiones (costa, sierra, amazonia y región insular), hace que los ecuatorianos de cierta manera realicen un cambio a lo que respecta a su vida cotidiana. Muchos de las personas oriundas de la costa prefieren recorrer la región andina de su país y viceversa. La gente de la amazonia tiene su preferencia en recorrer tanto la costa como la sierra que son indiscutiblemente un paraíso que debe y tiene que ser conocido por los ecuatorianos.

Cabe destacar también que, alrededor del mundo se puede encontrar diferentes tipos de turistas, la Organización Mundial de Turismo menciona a dos de ellos:

- Turista o visitante es aquella persona que realiza turismo y aprovecha su tiempo de ocio en actividades de entretenimiento, pernoctando al menos una noche en el lugar.



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

- Viajero es toda persona que se desplaza de un lugar a otro por cualquier motivo y muchas de las veces no pernocta en el lugar. (OMT, 1)

Gracias a esta diferenciación se puede tener una mejor visión del tipo de turistas que llegan al Ecuador y a la vez conocer su perfil turístico. Según Luis Alberto Pat Fernández y Guadalupe Calderón, “el perfil turístico alude a la caracterización de un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer de gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos” (Pat, 1).

San Pedro de Alausí al poseer atractivos de gran importancia dentro de la Provincia de Chimborazo, hace que las personas sientan la necesidad de descubrir este cantón a su máximo alcance. Gracias a la diferenciación que brinda la OMT con respecto a los tipos de turistas, el cantón Alausí destaca por tener “visitantes”, ya que la mayoría de estos no pernocta en este lugar. Muchos de ellos visitan la localidad por periodos cortos y prefieren seguir su recorrido hacia otras ciudades aledañas del cantón.

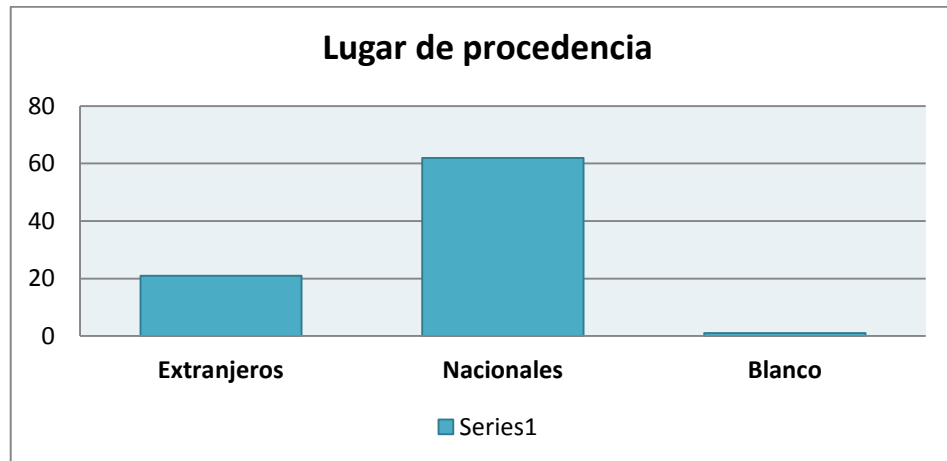
Para conocer el perfil del visitante del cantón Alausí se basó en un modelo de encuesta tomando en cuenta preguntas claves para esta investigación. En base a datos registrados por el G.A.D y Ferrocarriles del Ecuador para el año 2014 ingresaron 67.800 turistas siendo el universo de la unidad muestral, y a la vez tomando en consideración un nivel de confianza del 90% y un grado de error de 0.09% en la fórmula de la muestra, dando como resultado un tamaño muestral de 84 encuestas para aplicarlo tanto a turistas nacionales como extranjeros. (Ver Anexo 1)

Tanto los visitantes nacionales como extranjeros se encontraban con un rango de edad desde los dieciocho años hasta los sesenta años de edad. Una de las preguntas claves fue conocer el lugar de origen o procedencia de cada uno de los visitantes que llegaron al cantón. Según las encuestas realizadas la mayor parte de visitantes fueron nacionales. Pero esto no quiere decir que no existió



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

afluencia de visitantes extranjeros. Los lugares de procedencia de fueron Francia, Argentina, Estados Unidos y Republica Checa. En la gráfica se puede observar la cantidad de turistas nacionales e internacionales encuestados.



Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015

Alrededor del mundo existen diferentes medios por los cuales una persona puede buscar información con respecto a un destino turístico. En la actualidad el mundo cibernético se ha convertido en una de las fuentes primordiales para la investigación. Las personas sienten mayor facilidad por explorar destinos alrededor del globo terráqueo, viendo de esta manera una posibilidad de recorrer destinos nunca antes vistos. A más de esto, la información que comúnmente se conoce como de “boca en boca” ayuda a que el turista o visitante tenga la curiosidad por descubrir con sus propios ojos lo que las personas transmiten al hablar del destino turístico que visitó. Por lo general esto ocurre con familiares o amigos cercanos quienes brindan recomendaciones para viajar hacia un destino turístico que ya lo han experimentado.

Por esta razón, una de las preguntas mencionadas en la encuesta fue los medios que utilizaron para conocer el cantón Alausí. En el caso de los visitantes nacionales la mayor parte de personas encuestadas manifestaron que fue gracias al Internet, familiares cercanos y/o amigos. Sin embargo, por parte de los encuestados extranjeros guías de viaje, publicidad y agencias de



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

viajes fueron la clave para sentir la necesidad de viajar a descubrir este atractivo turístico como lo es el cantón Alausí. (Ver Anexo 2 – Cuadro 7)

Las personas para trasladarse de un lugar a otro necesitan de un medio de transporte para llegar a su destino. Muchas de las personas prefieren en ocasiones viajar vía aérea. Sin embargo, los costos y los horarios de disponibilidad para llegar a un destino turístico hacen que muchos de los turistas prefieran utilizar un medio de transporte terrestre. El hecho de viajar en automóvil, buses particulares o buses de agencias hace que las personas conozcan y disfruten aun mas de las maravillas que ofrece un destino, ya sea por el paisaje o por la gente que lo hace único e inigualable.

Es así que, el medio de transporte utilizado por los encuestados cerca de la mitad presentó que llegaron por medio de autobuses públicos correspondientes a las cooperativas provinciales e interprovinciales del lugar. También, recurrieron por el uso de automóviles, ya que la mayor parte de visitantes llegaron con grupos familiares. (Ver Anexo 2 – Cuadro 8)

A más de esto, para que un viaje se convierta placentero los turistas prefieren realizar su viaje junto a familiares, amigos, con grupos organizados o en pareja. El mismo hecho de viajar con compañía hace del viaje una experiencia excepcional. Cientos de turistas o visitantes (nacionales o extranjeros) por falta de tiempo gracias a las interminables horas de trabajo hacen que sientan la necesidad de aprovechar sus vacaciones o tiempo de ocio junto a las personas que consideran son amantes de la aventura y de explorar nuevas alternativas. Así pues, que en cuanto a las formas de viaje, según las encuestas los visitantes nacionales lo realizaron de manera familiar. Se sabe que, muchas de las personas que realizan turismo interno lo desarrollan en compañía de sus familiares. No obstante, las parejas tanto nacionales como extranjeras también convierten su tiempo libre en una aventura. Sin embargo, los visitantes internacionales realizan muchos de sus viajes con amigos para de esta forma amenizar su viaje y disfrutar cada momento con quienes consideran parte de su familia (Ver Anexo 2 – Cuadro 9).



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Los grupos organizados tanto nacionales como internacionales emprenden sus viajes con anticipación. Por esta razón la mayor parte de encuestados indicaron que les tomo de quince días a un mes organizar su viaje hacia el cantón Alausí (Ver Anexo 2 – Cuadro 13).

Cuando una persona planifica su travesía alrededor del mundo, toma en consideración un promedio de los gastos que va a realizar durante su recorrido por un destino turístico específico. Dicho esto, los encuestados manifestaron que el promedio de gasto diario oscila entre los \$50 a \$150 dólares tanto para visitantes nacionales como extranjeros (Ver Anexo 2 – Cuadro 11).

Los turistas durante su estadía fuera de su lugar de origen buscan hospitalidad de excelencia, que satisfaga sus necesidades o que las supere al ciento por ciento. La palabra “hospitalidad” engloba al trato amistoso a propios y extraños significando servir a las personas con cortesía y calidez, gracias al servicio brindado y a la vez respondiendo a las necesidades de los turistas. (Villareal, 1). Muchos de los visitantes que llegan al cantón Alausí no pernoctan en este lugar, ya sea por falta de tiempo ya alguno de ellos tienen un itinerario establecido o porque el hospedaje no llene sus expectativas. De acuerdo al G.A.D Municipal y al Catastro Alausí año 2015 el cantón posee 17 establecimientos hoteleros (Ver Anexo 4). Se puede observar que en el lugar existen hostales, hosterías y quintas, las mismas que presentan una categoría de primera, segunda y tercera dependiendo del número de habitaciones y servicio que presente cada una de ellas desacuerdo a lo establecido en el Ley de Turismo.

En relación con las personas encuestadas manifestaron que, en el caso de pernoctar en el cantón su opción sería hospedarse en un *hotel*, ocupando un segundo lugar las hostales y un tercer lugar las hosterías. Tampoco descartaron el hecho de alojarse en la casa de familiares o amigos en el caso de tenerlo en el cantón. (Ver Anexo 2 – Cuadro 10)

Otro punto a destacar dentro de este análisis son los atractivos que brinda el cantón. Por esta razón, se tomo en consideración atractivos naturales,

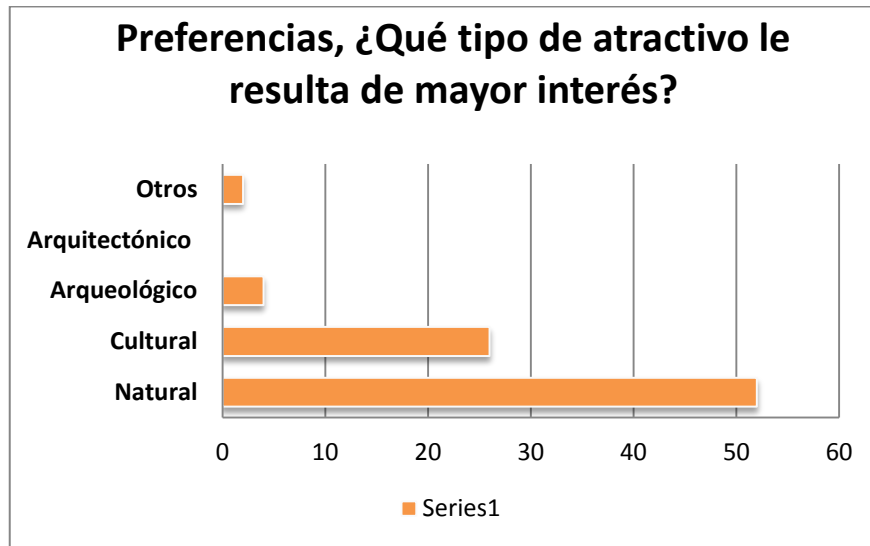


Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

culturales, arqueológicos y arquitectónicos; cada uno de ellos posee una riqueza extraordinaria. En relación al atractivo natural Alausí cuenta con las Lagunas de Ozogoché, las mismas que se encuentran en el Parque Nacional Sangay. En segundo lugar se encuentran los atractivos culturales, donde Alausí destaca por conservar su cultura, tradiciones e historias que son sin lugar a dudas las que hacen de su pueblo un lugar de encanto y magia para las personas que lo visitan.

San Pedro de Alausí al ser uno de los cantones más antiguos de la provincia de Chimborazo y del país, hace que los visitantes se trasladen a la época colonial gracias a sus calles empedradas y a sus balcones que son los iconos más representativos de aquella época. Sus tradiciones caracterizan a este lugar como un encanto mágico que guarda la calidez y hospitalidad de su gente. Se resalta como atractivo arqueológico el famoso "Camino del Inca", una obra maestra de importancia para el país donde su inicio de recorrido empieza en la parroquia de Achupallas perteneciente al cantón Alausí. Por último, están los atractivos arquitectónicos enfatizando las construcciones coloniales que poseen el cantón y sus parroquias en general.

Es así que una de las preguntas dentro de las encuestas fue, en relación a las preferencias de los visitantes, ¿Qué tipo de atractivo les resulta de mayor interés? Para esto más del 50% de los encuestados dieron a conocer que de acuerdo a sus gustos y preferencia el de mayor interés es el atractivo natural, ocupando un segundo lugar el atractivo cultural. A continuación se da a conocer en la gráfica los detalles antes mencionados.



Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015

Como último punto se tomo en consideración el lugar que el visitante recorrió antes de llegar al cantón Alausí y a la vez el siguiente punto de parada, detallando lo siguiente:

Cerca de la mitad de los visitantes encuestados dieron a conocer que Riobamba fue su parada antes de llegar a Alausí, mientras que otras personas mencionaron a Baños de Ambato y finalmente visitantes que venían o eran oriundos de la ciudad de Cuenca llegaron al cantón para realizar el recorrido en la ruta de la “Nariz del Diablo”. Por otro lado, como ya se menciona anteriormente los encuestados presentaron los lugares que tenían en mente recorrer después de visitar el cantón Alausí. Estos fueron la ciudad de Cuenca, Riobamba, Guayaquil, Huigra y algunos decidieron visitar el volcán Chimborazo. Pero a la vez, hubo encuestados que no respondieron esta pregunta ya que no se encontraban seguros que rumbo tomarían después de visitar el cantón. (Ver Anexo 2 – Cuadro 12)

Como ya lo menciona Lucio Pat y Guadalupe Calderón “El perfil turístico alude a la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos” (Pat, 1). Ante esto, se sabe que un turista o visitante viene con la idea de recorrer un lugar con la finalidad de disfrutar y ayudar de cierta manera con los ingresos económicos del lugar, es decir, consumiendo en la localidad ya sea adquiriendo obsequios para sus familiares, degustando de la gastronomía del lugar y a la vez utilizando la planta turística del lugar.

El turismo se basa en conocer, explorar y descubrir los rincones más remotos del mundo, siempre y cuando el turista sienta la necesidad de conocer dichos lugares. Por esta misma razón, es indispensable conocer los antecedentes, gustos y preferencia de los mismos.

Ante este análisis se puede destacar que, conocer el perfil del visitante de un destino turístico ayuda a despertar el interés de las personas que trabajan en el ámbito turístico para que de esta manera se conozca y descubra las necesidades de los turistas o visitantes que llegan a cierto destino con la finalidad de disfrutar y pasar momentos amenos de su tiempo de ocio.

El perfil de visitantes del cantón Alausí mediante el análisis realizado con la técnica de la encuesta, indica que son personas que llegan al lugar para disfrutar y conocer rutas específicas y pasar mínimo un día en el lugar. Muchos de ellos viajan por conocer “La Nariz del Diablo” icono y atractivo principal del cantón. Sin embargo, muchos de ellos recorren las parroquias del cantón mas no pernoctan en el mismo.

Esto se debe a que muchos de ellos viajan ya con grupos organizados o con familiares que ya tienen un itinerario establecido, decidiendo seguir su camino a ciudades cercanas del cantón como lo es Riobamba, Cuenca, Quito o Guayaquil; lo que da lugar a que el turista y/o visitante opte por un full day en el cantón. En otras palabras el cantón presenta atractivos excepcionales, pero que a la vez deben ser aprovechados por la población brindando ideas innovadoras para que de cierto modo los visitantes se conviertan en turistas logrando quedarse más tiempo en la localidad.



SECCIÓN 3

ENSAYO: ENFOQUE DE UN PUNTO DE VISTA, ANÁLISIS CRÍTICO, ARGUMENTOS DEL CONTEXTO Y REFLEXIONES DENTRO DEL MISMO.

3.1 PUNTO DE VISTA

Desde el punto de vista de investigación del ensayo se ha podido verificar y conocer con mayor definición el perfil de turista del cantón Alausí, en donde se desglosa un análisis respectivo de motivaciones, edades, gastos, gustos y preferencias del visitante. Sin embargo, el estudio también ayudó a analizar la planta turística que oferta el cantón para conocer el grado de influencia que tienen los mismos para satisfacer las necesidades de los visitantes.

Además, cabe recalcar que la mayor parte de los encuestados no toman la iniciativa de pernoctar en el lugar, ya que para muchos de ellos la planta turística existente en el cantón no satisfacía sus necesidades, es por esta razón que la mayor parte de ellos prefieren las grandes ciudades como lo es Riobamba, Quito, Cuenca o Guayaquil. Otro de los motivos, es el hecho de que Alausí no presenta alternativas de esparcimiento que permitan el disfrute en la localidad.

Sin embargo, el G.A.D Municipal del cantón Alausí se encuentra tomando alternativas e ideas innovadoras para que el cantón sea uno de los más visitados dentro de la provincia. Estas alternativas comprende la reestructuración de la planta turística tanto de alojamiento, restauración e infraestructura del lugar. El G.A.D Municipal espera que Alausí se convierta en un destino reconocido a nivel nacional e internacional. A la vez, se encuentran trabajando en un slogan que llame la atención de los turistas y sientan la necesidad de pasar más tiempo en el lugar.



3.2 ANÁLISIS CRÍTICO

Gracias al nivel de instrucción universitario se pudo conocer y desarrollar ámbitos de carácter profesional para el desarrollo de la investigación del ensayo. Materias que de cierto modo ayudaron a compensar vacíos durante la carrera universitaria han sido un apoyo para tener ideas más claras alcanzando un conocimiento amplio en el ámbito turístico.

Por esta razón, el análisis para el desarrollo de esta investigación se basó en conocer el tema en toda su dimensión, como también el lugar donde se llevó a cabo el respectivo estudio. A la vez, como se menciona anteriormente, el tener un conocimiento teórico de los términos básicos en el área de turismo amplía las expectativas y enfoques de los diferentes perfiles de visitantes que llegan al cantón Alausí.

De cierta manera, las instituciones públicas que trabajan en el área turística del cantón resultan beneficiadas, ya que la investigación determinó preferencias, rangos de edad de los turistas, ayudando así a conocer sus necesidades y expectativas. Por otro lado, las investigaciones que se llevaron a cabo en el cantón Alausí, como son encuestas, entrevistas y observaciones de campo ayudaron a tener un análisis minucioso del perfil de visitantes que llega a la localidad.

A la vez, la investigación antes expuesta ayudó de cierta manera a hacer uso de los conocimientos impartidos en las aulas de clase, es decir, llevando la teoría a la práctica. Cuando la práctica se pone a relucir dentro del campo de estudio, en ciertas ocasiones se puede notar que, palpar la realidad de las cosas es una de las mejores alternativas para desarrollar y descubrir la veracidad y la realidad de las cosas dentro del ámbito turístico, para de esta manera obtener resultados satisfactorios dentro de la investigación.



3.3 ARGUMENTOS DEL CONTEXTO

El perfil del visitante del cantón Alausí corresponde a 18 – 60 años de edad. La información fue de una muestra tomando en cuenta la población de Alausí, dando como resultado 84 personas encuestadas. Las entrevistas dieron como resultado que la mayor parte de visitantes llegan por motivo de conocer los atractivos del cantón. A la vez, su principal atractivo a recorrer es el Ferrocarril que tiene su destino final en la Nariz del Diablo, seguido del monumento de San Pedro de Alausí. De igual manera, los visitantes que llegan al lugar prefieren la gastronomía típica del mismo. Por último, el visitante indica que no pernocta en el cantón, ya que la planta turística del lugar no cumple con la mayoría de sus expectativas.

3.4 REFLEXIONES DENTRO DEL ENSAYO.

La investigación del ensayo ha aportado para conocer a fondo el perfil de visitante del cantón y analizar la planta turística del mismo. A nivel general, con lo que respecta al perfil de visitante del cantón Alausí se puede decir que hay una balanza tanto de turistas nacionales como extranjeros que llegan a la localidad, demostrando un gran interés por el cantón gracias a los atractivos que existen y su diversidad gastronómica.

Los turistas nacionales, por otro lado, llegan a Alausí por salir de la rutina diaria de sus lugares de origen. La implementación en mejorar el servicio en todas las áreas turísticas del cantón, ayuda a cumplir y sobrepasar las expectativas del visitante.

Finalmente se destaca la importancia que obtuvo los resultados dentro del análisis del presente trabajo investigativo. Éstos ayudaron a obtener información de primera mano gracias al estudio de campo y la realización de entrevistas hacia los turistas y/o visitantes que llegan a la localidad. Ante esto se puede decir que el cantón Alausí presenta una gran demanda turística gracias a los atractivos turísticos que posee, y a una adecuada infraestructura



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

facilitando la accesibilidad al lugar. Al mismo tiempo, presenta una gran ventaja competitiva dentro de la provincia, ya que al poseer un atractivo reconocido a nivel internacional como es la “Nariz del Diablo” por su obra de ingeniería, considerada la más difícil y única en el mundo, convierte a esta localidad en una de las más fuertes a nivel provincial obteniendo un gran número de visitas anuales. Sin embargo, a más de ostentar este tipo de fortaleza, el cantón presenta ciertas falencias en cuanto a su planta turística. Algunos de los establecimientos turísticos no cumplen con las expectativas de los visitantes, ya sea por falta de conocimientos dentro del área o por adquirir personal no capacitado para atender en las diferentes entidades. Por ende, la falta de capacitaciones y conocimiento hace que Alausí adquiera una debilidad dentro del mismo. Es así que se sugiere tomar alternativas de cambio hacia las instituciones involucradas netamente en el ámbito Turístico.



CONCLUSIONES

Después del estudio de campo que se llevo a cabo en el cantón Alausí se puede decir que, se identificó las principales motivaciones de visita del cantón Alausí, siendo la principal motivación el turismo, diversión, descanso/placer y la visita a familiares y/o amigos. Gracias a los atractivos turísticos que presenta el cantón Alausí los turistas y/o visitantes se sienten con la necesidad de conocer y explorar cada rincón que este lugar mágico presenta a los turistas nacionales y extranjeros.

A más de conocer las motivaciones de las personas que llegan al cantón también se pudo obtener información con lo que respecta al perfil del visitante. Los mismos fueron de gran utilidad, ya que facilitaron la información de conocer a profundidad lugares de procedencia, rangos de edad, gastos promedio que realizan los visitantes diariamente, preferencias con lo que respecta a atractivos y la planta turística del lugar por medio de sus puntos de vista y dando recomendaciones para que mejore las falencias.

Con lo que respecta a la planta turística de la localidad, gracias a las encuestas y al estudio de campo que se llevó a cabo, se obtuvo una visión mucho más amplia del desconocimiento que existe en algunos establecimientos hoteleros en cuanto a información turística y área de atención al cliente. Muchas de las personas que laboran en esta área no se encuentran regularmente capacitadas, dando como resultado que los turistas tanto nacionales como extranjeros no sientan el gusto y la necesidad de pernoctar en el lugar.

Finalmente, las encuestas aplicadas a los turistas ayudaron a tener una mejor idea del porque muchos de los visitantes llegan a la localidad; para lo cual se manifiesta que gracias a la ubicación estratégica que posee el cantón Alausí dentro de la provincia de Chimborazo las personas gustan disfrutar de la belleza paisajística y cultural que destaca el cantón más antiguo de la región.



RECOMENDACIONES

Una de las principales recomendaciones que se puede destacar en el trabajo de graduación es el manejo responsable de las estadísticas del cantón Alausí. Muchos de los datos que existen en el G.A.D Municipal con respecto al área de turismo no se encuentran actualizados, ya que no existen planes o proyectos de trabajo para realizar la mejora de los mismos.

Plantear una estrategia para dar soluciones a falencias que presente el lugar de investigación como es el área de atención al cliente. En la mayor parte de establecimientos turísticos no existe un buen manejo de servicio al cliente por parte de los trabajadores del lugar. El G.A.D Municipal debería buscar alternativas como capacitaciones dentro del área antes mencionada fortaleciendo así el turismo dentro del cantón.

Uno de los establecimientos turísticos importantes en la localidad es sin lugar a duda el Centro de Información Turística (Itur), el mismo que brinda ayuda al turista en caso de necesitar datos adicionales con respecto al cantón. Sin embargo, los días de mayor afluencia turística que son fines de semana, Itur permanece cerrado. Para esto se recomienda que el G.A.D Municipal tome acciones inmediatas para una pronta solución a este inconveniente presentado por parte de los turistas encuestados.

Por último, se recomienda realizar un convenio conjuntamente con los establecimientos turísticos que no se encuentren registrados en el catastro del cantón para realizar posteriormente la actualización del mismo, logrando así obtener el registro de todos los establecimientos turísticos de Alausí.



BIBLIOGRAFÍA

TEXTOS CONSULTADOS

- Ander-Egg, Ezequiel y Pablo Valle. *Guía para preparar monografías y otros textos expositivos*. Lumen/Humanitas, 2008.
- Anton, Salvador. *Planificación territorial del Turismo*. Barcelona, Editorial UOC, 2011.
- Barrado, Diego A. *El Concepto de Destino Turístico*. Madrid, Dialnet, 2004.
- Bigné, Enrique. *Marketing de Destinos Turísticos – Análisis y Estrategias de Desarrollo*. Ed. ESIC. Pozuelo de Alarcón. Madrid, 2000.
- Castellanos, Ma. Lorena. *El Turismo en el Ecuador Megadiverso*. Revista Gestión. Quito, 2013.
- García, Alexandre. García Assumpta. *La Mente del Viajero*. Ed. Thomson. Madrid, 2005.
- G.A.D Municipal Cantón Alausí. *Catastro 2015*. Catastro. Biblioteca Municipal. Alausí, 2015.
- . *Datos Generales - Alausí*. Tesis. Biblioteca Municipal. Alausí, 2015.
- Hernandez, Antonio. *Acerca del Ocio, del Tiempo Libre y de la Animación Sociocultural*. Buenos Aires, Revista Digital, 2000.
- Ochoa, Ileana. *Valoración de un Producto Turístico*. TURyDES. Vol.5. Málaga, 2012.
- Organización Mundial de Turismo. *Glosario de Términos en Turismo*. OMT, 2001.
- Pat, Lucio. Calderón, Guadalupe. *Caracterización del Perfil Turístico en un Destino Emergente, Caso de Estudio de Ciudad del Carmen, Campeche. México*. Ed. Valdivia. México, 2012.
- Prom Perú. *Perfil del Turista de Extranjero 2011*. Perú, 2011.



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Quezada, Renato. *Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación y Actividad.*

San Jose-Costa Rica, Universidad Estatal a Distancia, 2010.

Sautu, Ruth et al. *Manual de Metodología. Construcción del Marco Teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología.* CLACSO, 2005.

Vallejo, Raul. *Manual de Escritura Académica. Guía para estudiantes y maestros.* Quito, Fundación Hernán Malo, 2013.

—. *Manual de Escritura Académica. Guía para estudiantes y maestros.* Corporación Editora Nacional, 2006.

FUENTES ELECTRÓNICAS

Albaladejo, Isabel. Un Modelo de Elección Discreta en la Determinación del Perfil del Turista Rural: Una Aplicación a Murcia. Internet. <http://revistas.um.es/index.php/turismo/article/view/19641>. Acceso: 23, noviembre, 2014.

Barómetro Turístico Mundial. Turismo, Internet: <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-01-27/mas-de-1100-millones-de-turistas-viajaron-al-extranjero-en-2014>. Acceso: 05 mayo 2015.

Definición.de. *Desplazamiento* - *Patrimonio*. Internet: <http://definicion.de/desplazamiento/>. Acceso: 10 julio 2015.

Escuela Universitaria de Turismo de Murcia. El Turismo. Conceptos y Definiciones e Importancia Actual. Internet: <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>. Acceso: 15 mayo 2015.



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

- Huzinker, Kraft. *Definiciones de Turismo, diferentes autores, diferentes puntos de vista*. Internet: <http://es.slideshare.net/fatimacordova/definiciones-de-turismo-diferentes-s-autores-diferente>. Acceso: 10 julio 2015.
- Ministerio de Turismo, Internet: <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-megadiverso-y-unico-en-el-centro-del-mundo/>. Acceso: 10 mayo 2015.
- Organización Mundial de Turismo. Turismo, Internet: <https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1128/9284402697.pdf>. Acceso: 05 mayo 2015.
- Universidad de Cuenca Dirección de Investigación -DIUC-. "Formulario para la Presentación de Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica" Internet. <http://diuc.ucuenca.edu.ec/descargas-formularios>. Acceso: 05 Diciembre 2014.
- Santana, Agustín. *Turismo cultural, Culturas turísticas*. Internet: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832003000200003&script=sci_arttext. Acceso: 23 noviembre 2014.
- Villareal, Doris. "La Hospitalidad como Elemento Clave del Turismo". Internet: <https://prezi.com/h6yy1epzvkil/la-hospitalidad-elemento-clave-en-el-turismo/>. Acceso: 10 junio 2015.



GLOSARIO

Atractivo turístico: es el lugar o zona o acontecimiento de interés turístico. (Ochoa, 1)

Desplazamiento: Puede referirse a moverse de lugar, sacar a alguien de una posición o viajar desde un sitio hacia a otro, entre otras cuestiones. (Definicion.de, 1)

Destino turístico es el espacio en el cual el turista pernocta por lo menos una noche, y a la vez disfruta de los diferentes productos turísticos que el lugar o destino ofrece al visitante. (Barrado, 50)

Excursionista: Es toda persona que viaja y permanece menos de 24 horas en el destino, es decir que no pernocte. (Quezada, 7)

Gasto turístico: El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. (OMT, 1)

Motivo de un viaje turístico: El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. (OMT, 1)

Ocio: Es el tiempo empleado ya sea para dedicarlo al descanso o para la diversión, liberado de sus obligaciones familiares y profesionales. (Hernández, 1)

País de residencia: El país de residencia de un hogar se determina de conformidad con el centro de interés económico predominante de sus miembros. (OMT, 1)

Patrimonio: está formado por sitios (edificios, ciudades, monumentos, bosques, montañas, lagos) que, por su importancia excepcional, merecen ser preservados para la herencia común de los seres humanos. (Definición.de, 1)

Perfil turista/visitante: alude a la caracterización a un destino turístico. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos. (Pat, 1)

Turismo: El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanta dicha permanencia y desplazamiento no estén motivados por una actividad lucrativa. (Huzinker, 1)

Turismo emisor: Es cuando un visitante realiza actividades turísticas fuera de su lugar habitual o de residencia. (OMT, 1)

Turismo interno: Cuando un visitante del mismo lugar de residencia realiza actividades turísticas. (OMT, 1)

Turismo receptor: Aquel que comprende a los visitantes no residentes del lugar donde realizan las actividades turísticas. (OMT, 1)

Turista: Es aquella persona que viaja a otro país o lugar distinto de donde reside por un periodo mínimo de una noche y no más de doce meses consecutivos y cuyo principal motivo de viaje es diferente al de realizar una actividad remunerada en el país o residir en el mismo. (Prom- Perú, 14)

Turista de negocios: Es el turista que viaja por exigencias relacionadas con su ocupación o la actividad económica de la empresa para la que trabaja. Además, la realización del viaje y su financiamiento son decisiones tomadas frecuentemente por alguien diferente al viajero mismo. (Prom- Perú, 14)

Tiempo libre: Es el tiempo, donde las personas lo emplean para realizar actividades que deseen fuera de sus necesidades cotidianas, la cual es conocida también como ocio. (Santana, 2)

Viaje: El termino viaje designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración. (OMT, 1)



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Viaje turístico: El término viaje turístico designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso. (OMT, 1)

Visita turística: Hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico. (OMT, 1)

Visitante: es un tipo de viajero y, por lo tanto, el turismo es un subconjunto de viaje. (OMT, 1)



ANEXOS



MODELO ENCUESTA

ENCUESTA



Este cuestionario es de mucha utilidad como instrumento de recolección de datos que será para la investigación titulada: “*Perfil del Visitante del cantón Alausí, en la Provincia de Chimborazo*”, que será desarrollada como trabajo de graduación para la obtención del título de Licenciatura en Administración Turística en la Universidad de Cuenca, Facultad Ciencias de la Hospitalidad. Se solicita de la manera más comedida se dignen llenar el siguiente cuestionario de manera honesta, ya que la información es de gran importancia.

Lugar de procedencia: _____ **Sexo:** F M

Rango de edad:

- | | |
|----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 18 – 30 | <input type="checkbox"/> 51 – 60 |
| <input type="checkbox"/> 31 – 40 | <input type="checkbox"/> Más de 60 |
| <input type="checkbox"/> 51 – 50 | |

1. Por orden de importancia enumere los motivos principales de su visita, siendo (1) el más alto y (7) el más bajo.

- | | | | |
|------------------------------------|--|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Diversión | <input type="checkbox"/> Descanso o placer | <input type="checkbox"/> Estudios | <input type="checkbox"/> Otros ____ |
| <input type="checkbox"/> Turismo | <input type="checkbox"/> Visita a familiares | <input type="checkbox"/> Negocios | |

2. Por orden de importancia enumere los factores que influyeron para visitar el cantón, siendo (1) el más alto y (10) el más bajo.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Recomendaciones | <input type="checkbox"/> Interés por conocer nuevos lugares |
| <input type="checkbox"/> Conocimiento previo del lugar | <input type="checkbox"/> Diversidad de actividades |
| <input type="checkbox"/> Cercanía de su lugar de origen | <input type="checkbox"/> Visitar a familiares o amigos |
| <input type="checkbox"/> Precios | <input type="checkbox"/> Trabajo |
| <input type="checkbox"/> Disponibilidad de tiempo | <input type="checkbox"/> Otros _____ |

3. En relación a sus preferencias, ¿Qué tipo de atractivo le resulta de mayor interés?

- | | | |
|-----------------------------------|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Natural | <input type="checkbox"/> Arqueológico | <input type="checkbox"/> Otros _____ |
| <input type="checkbox"/> Cultural | <input type="checkbox"/> Arquitectónico | |

4. Marque con una X. ¿Por qué medio o medios se informó sobre el Cantón Alausí?

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> Publicidad | <input type="checkbox"/> Agencia de Viajes |
| <input type="checkbox"/> Familiares o amigos | <input type="checkbox"/> Guías de Viaje | <input type="checkbox"/> Otros _____ |



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

5. Marque con una X. ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizó para llegar a este destino?

- Autobús Automóvil Bus de Agencia

6. Marque con una X. Ud. viaja:

- Solo Pareja Familia
 Con amigos Grupo organizado Otro _____

7. En el caso de pernotar en el cantón, Ud. prefiere:

- Hotel Hosterías Casa familiar o amigos
 Hostal Refugio Otros _____

8. ¿Cuál es su gasto promedio por día?

- Menos de \$50 Entre \$151 y \$300
 Entre \$50 y \$150 Más de \$300

9. Indique el lugar que visitó antes de llegar a Alausí. _____.

Indique el lugar que visitará después de Alausí. _____.

10. ¿Cuánto tiempo le llevo planificar su viaje?

- Menos de 15 días De 1 mes a 2 meses Otros _____
 De 15 días a 1 mes Mas de 2 meses

¡Gracias por su amable colaboración!



MODELO ENCUESTA EN INGLÉS

SURVEY



This questionnaire is very useful as a tool for data collection which will be for research entitled: "*Visitor's profile of Alausi town, in the province of Chimborazo*", which will be developed as work of graduation for the Bachelor's degree in Tourism at the University of Cuenca, Faculty of Hospitality. Please, fill the following questionnaire honestly, since the information is of great importance.

Place of origin: _____

Sex: M F

Age range:

18 – 30

51 – 60

31 – 40

More than 60

51 – 50

1. In order of importance, list the main reasons of your visit, being (1) the highest and (7) the lowest.

Fun

Rest or pleasure

Studies

Other _

Tourism

Visit relatives

Business

2. In order of importance, list the factors that influenced your visit to the town, being (1) the highest and (10) the lowest.

Recommendations

Interest in new places

Previous knowledge of the place

Variety of activities

Proximity to your place of origin

Visit to family or friends

Prices

Work

Time availability

Other _____

3. In relation to your preferences. What type of attraction is the most interesting for you?

Natural

Archaeological

Other _____

Cultural

Architectural

4. Mark with an X. What type of media help you find information about Alausí town?

Internet

Publicity

Travel Agencies

Relatives or friends

Touristic guides

Other _____



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

5. Mark with an X. Which was the means of transport used to get to this destination?

- Bus Own car Travel agency
bus

6. Mark with an X. You travel:

- Alone With a partner Family
 With friends With a group Other _____

7. If you decide to stay the night at the town, you prefer to stay in:

- A hotel A lodging house Family or friends house
 A hostel A refuge Other _____

8. How much do you normally spend per day?

- Less than \$50 Between \$151 y \$300
 Between \$50 y \$150 More than \$300

9. Write the place you visited before arriving in Alausí. _____.

Write the place you will visit after Alausí. _____.

10. How long it took you to plan your trip?

- Less than 15 days From 1 month to 2 months
 From 15 days to 1 month More than 2 months
 Other _____

Thanks for your kind help!



ANEXO 1
UNIDAD MUESTRAL
FÓRMULA

Para realizar las encuestas se tomaron datos de alrededor de 67.800 turistas (nacionales y extranjeros) que es la unidad muestral que ha llegado al cantón Alausí en el año 2014. Con un nivel de confianza del 90% y un grado de error de 0.09% en la fórmula de la muestra.

Se aplicó la siguiente fórmula de la muestra:

S= 0.5 Varianza Poblacional **N= 67.800** Unidad Muestral

Z= 1,65 (90%) Nivel de Confianza **E= 0.09%** Error

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

$$n = \frac{(0,5)^2 \cdot (1,65)^2 \cdot (67.800)}{[67.800 - 1] \cdot (0,09)^2 + (0,5)^2 \cdot (1,65)^2}$$

$$n = \frac{46146,375}{549,852525}$$

n= 84

Un TOTAL de 84 encuestas, según la unidad muestral.

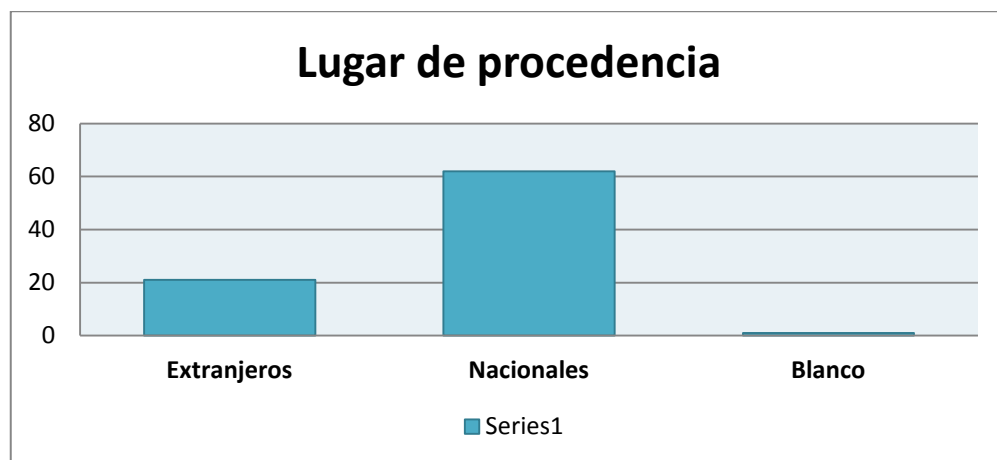


ANEXO 2

Tabulación Encuestas

Los resultados obtenidos dentro de la tabulación de las encuestas realizadas en el cantón Alausí fueron de mucha utilidad, ya que las mismas dan a conocer las motivaciones, factores y preferencias de los turistas por visitar el cantón. A la vez, los turistas dan a conocer los medios por los cuales llegaron a conocer el cantón; de igual forma los medios de transporte que utilizaron para llegar a dicho destino, entre otros. A continuación se detalla los resultados de cada una de las preguntas expuestas en el cuestionario.

Extranjeros	21
Nacionales	62
Blanco	1
TOTAL	84



Cuadro # 1

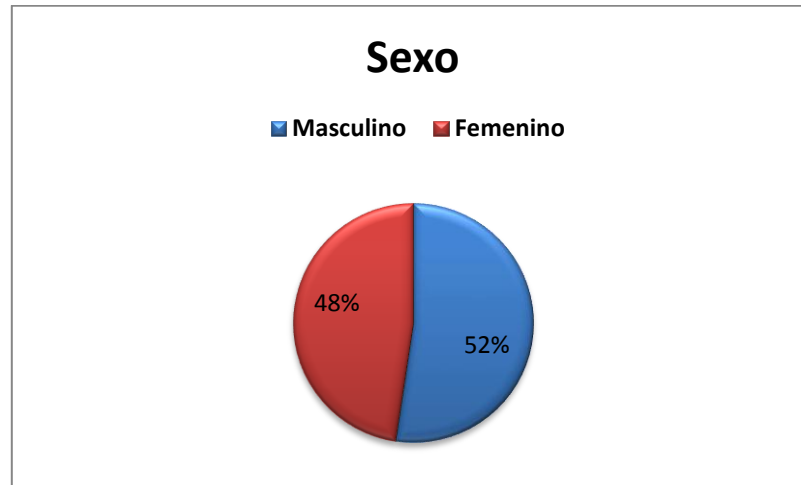
Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015

Como se puede observar en la gráfica tanto turistas nacionales como internacionales visitan el cantón Alausi con mucha frecuencia. Los lugares de procedencia de los turistas nacionales fueron de Guayaquil, Machala, Quito, Cuenca, Cañar y Loja. Mientras que la procedencia de los turistas internacionales fueron de Estados Unidos, Canadá, Francia y Republica Checa.



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Masculino	44
Femenino	40
TOTAL	84



Cuadro # 2

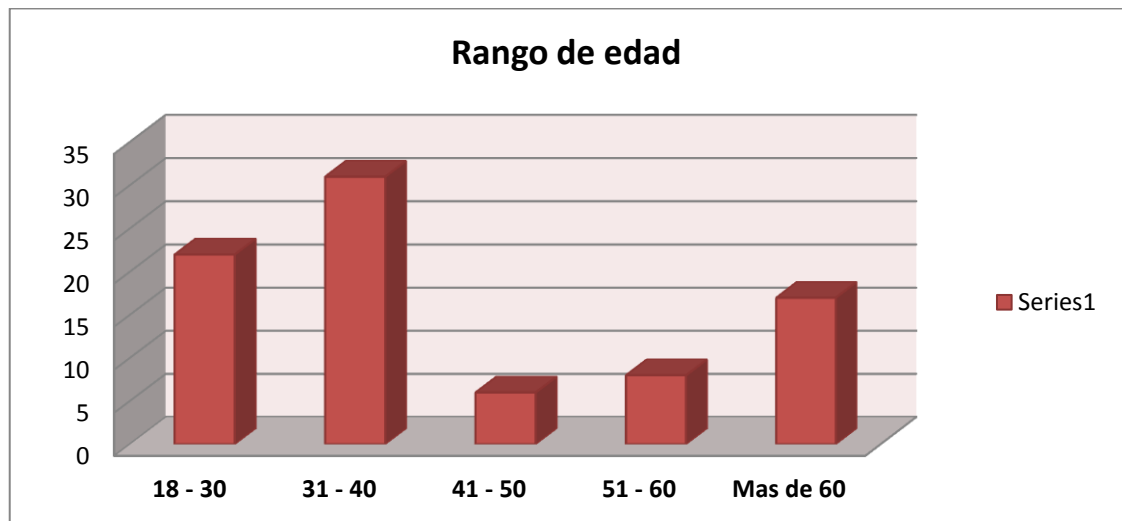
Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015

Los encuestados fueron en un 42% femenino y 52% masculino. Se puede ver que no existe una estrecha relación con lo que respecta a la afluencia de turistas que llegan a la localidad de Alausí, ya que ambos sexos tiene una demanda alta.

18 – 30	22
31 – 40	31
41 – 50	6
51 – 60	8
Más de 60	17
TOTAL	84



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo



Cuadro # 3

Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015

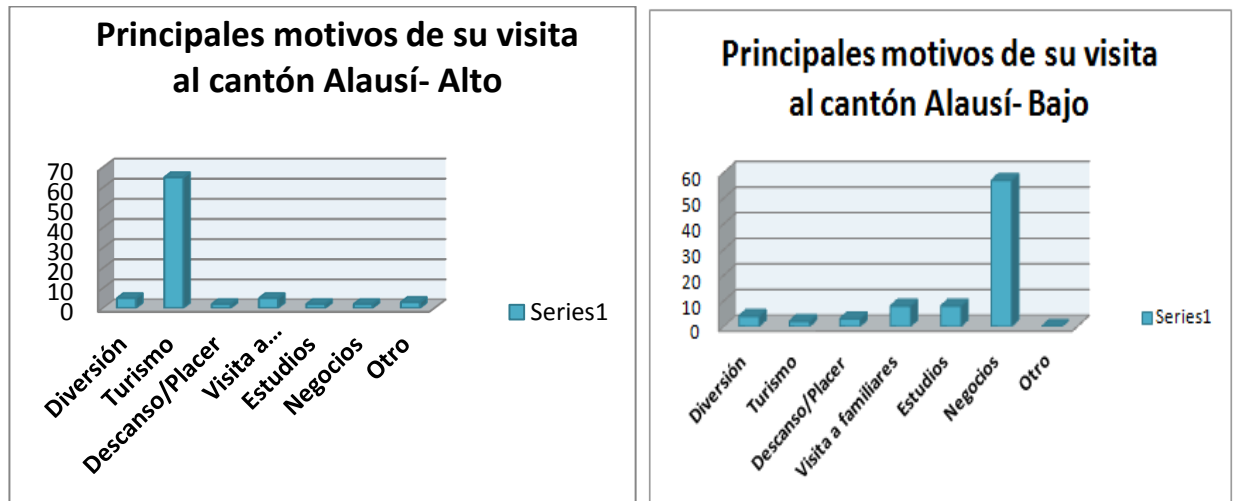
Dentro de los 84 encuestados 22 personas pertenecían al grupo de 18 a 30 años de edad; 21 personas se encontraban en un rango de 31 a 40 años; por otro lado las personas entre 41 a 50 años fueron un total de 8; por último 17 personas contemplaban el rango de más de 60 años de edad.

Diversión	5
Turismo	65
Descanso/Placer	2
Visita a familiares	5
Estudios	2
Negocios	2
Otro	3
TOTAL	84

Diversión	6
Turismo	2
Descanso/Placer	3
Visita a familiares	8
Estudios	8
Negocios	57
Otro	0
TOTAL	84



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo



Cuadros # 4

Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015

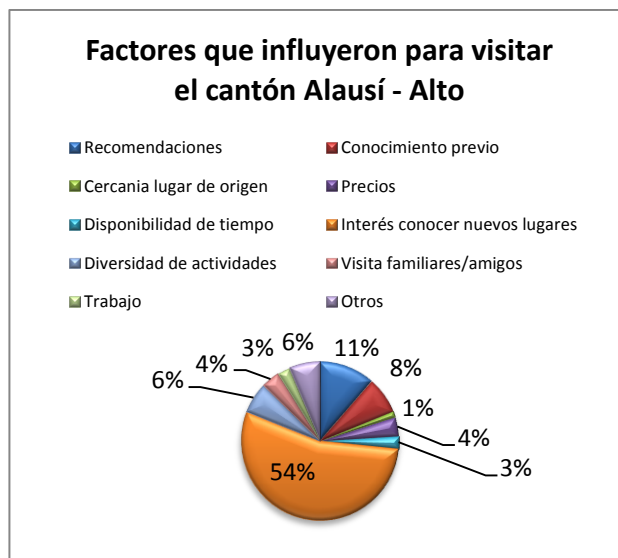
Con lo que respecta a esta pregunta, los encuestados manifestaron que su principal motivo de visita al cantón Alausí es por *turismo*. Sin embargo, hubo encuestados que optaron por la opción de *diversión* y *visita a familiares o amigos*. Mientras que, el rango más bajo de motivación para visitar el cantón fue por *negocios*.

Recomendaciones	9
Conocimiento previo	6
Cercanía lugar de origen	1
Precios	3
Disponibilidad de tiempo	2
Interés conocer nuevos lugares	43
Diversidad de actividades	5
Visita familiares/amigos	3
Trabajo	2
Otros	5
TOTAL	84

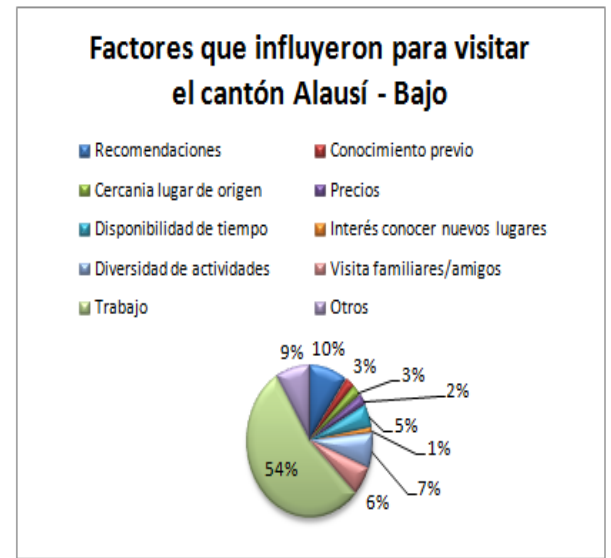


Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Recomendaciones	8
Conocimiento previo	2
Cercanía lugar de origen	2
Precios	2
Disponibilidad de tiempo	4
Interés conocer nuevos lugares	1
Diversidad de actividades	6
Visita familiares/amigos	5
Trabajo	44
Otros	7
TOTAL	84



Cuadros # 5



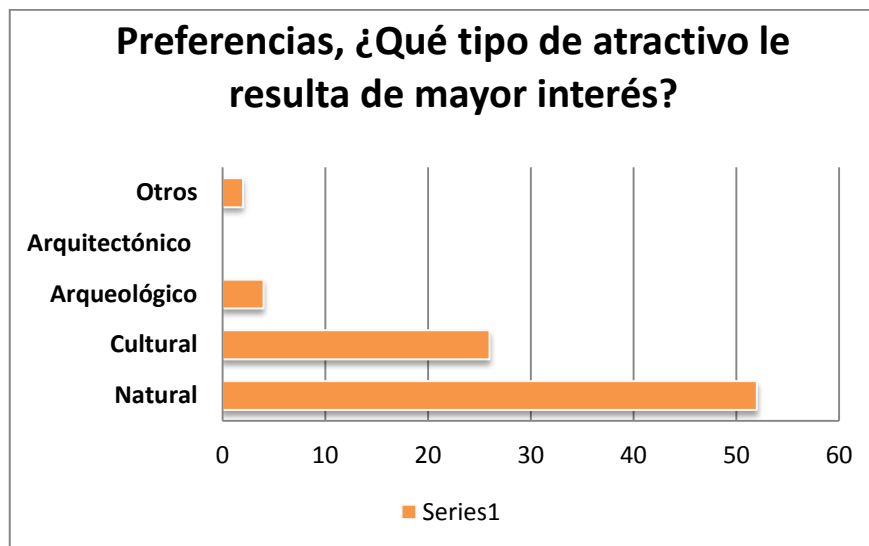
Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015

El factor más alto de influencia para visitar el cantón Alausí según los encuestados en el *interés por conocer nuevos lugares* y por *recomendaciones*. Por otro lado, la influencia más baja fue por motivos de *trabajo*, ya que todos llegaban como se menciona anteriormente por motivos turísticos.



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Natural	52
Cultural	26
Arqueológico	4
Arquitectónico	0
Otros	2
TOTAL	84



Cuadro # 6

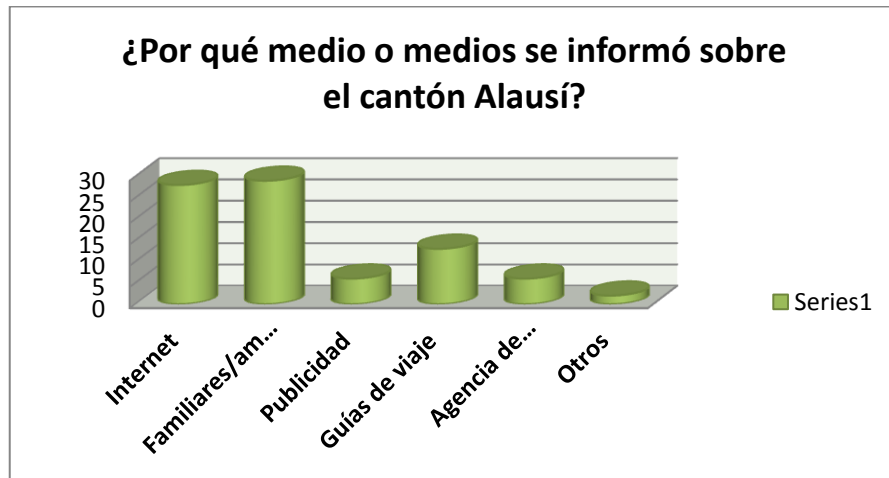
Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015

Según las encuestas realizadas, para esta pregunta el atractivo de mayor interés para los turistas tanto nacionales como internacionales fue el atractivo *natural*, sin dejar de lado al atractivo *cultural* que también tiene una posición alta dentro del rango de gustos por parte de los turistas. Con lo que respecta a *otros* atractivos, supieron manifestar su gusto o interés por el tren y la estación de ferrocarril de Alausi.

Internet	28
Familiares/amigos	29
Publicidad	6
Guías de viaje	13
Agencia de viajes	6
Otros	2
TOTAL	84



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

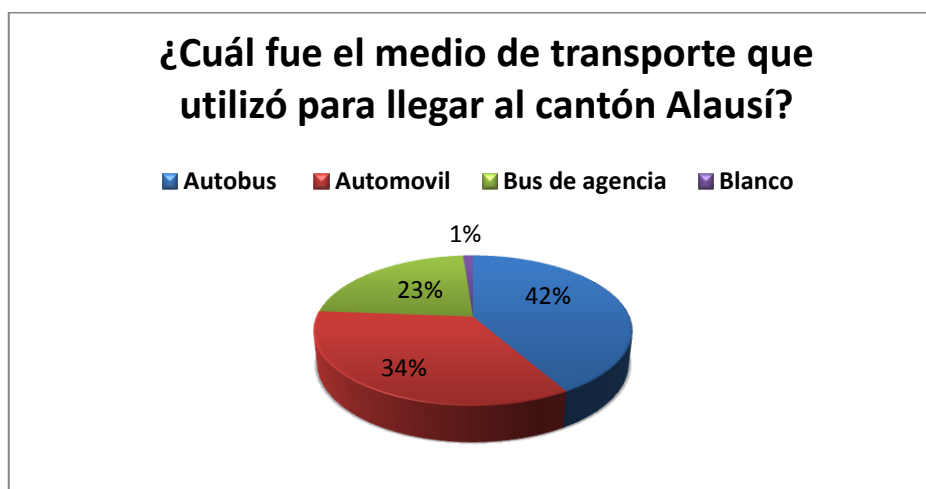


Cuadro # 7

Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015

La mayor parte de turistas llegaron a conocer del cantón por medio del *Internet*, por *familiares o amigos* y por agencias de viajes que promueven el lugar gracias a la existencia del Tren que realiza el recorrido de la “Nariz del Diablo”.

Autobús	35
Automóvil	29
Bus de agencia	19
Blanco	1
TOTAL	84



Cuadro # 8

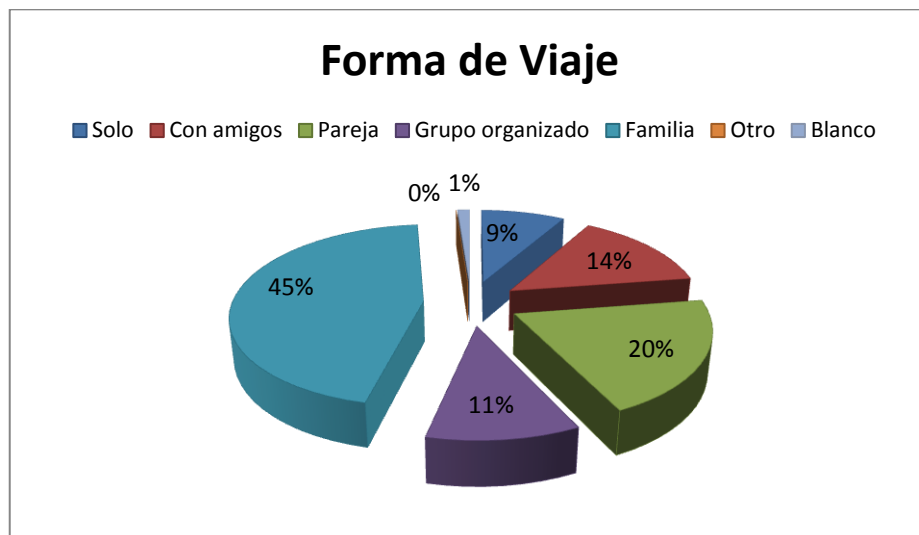
Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

El 42% de encuestados manifestaron que su medio de transporte para llegar al cantón Alausí fue *autobús*, por otro lado, un 34% lo hizo por medio de *automóvil* o carro propio, mientras que el 23% restante llegó a su destino por medio de un *bus de agencia*.

Solo	7
Con amigos	12
Pareja	17
Grupo organizado	9
Familia	38
Otro	0
Blanco	1
TOTAL	84



Cuadro # 9

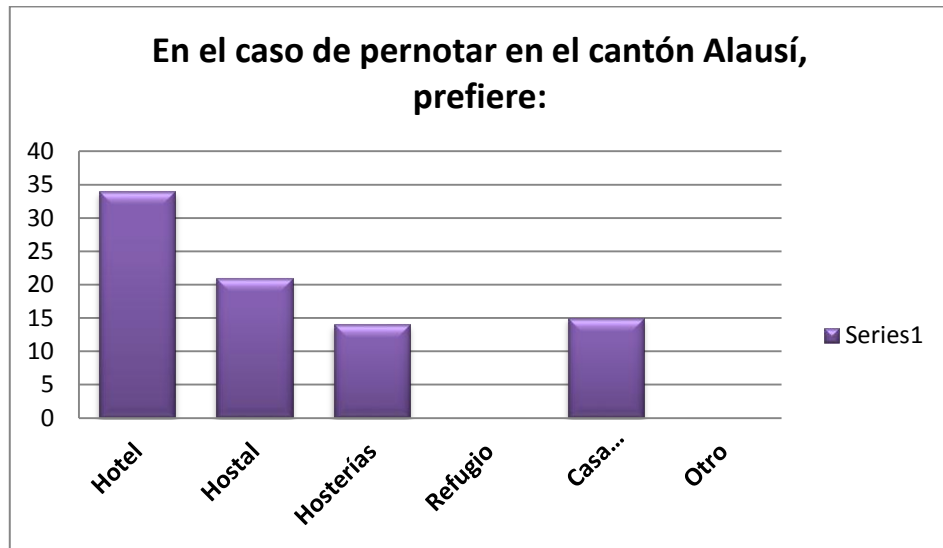
Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015

Con lo que respecta a esta pregunta, el 45% de los encuestados viajaban con su *familia*, un 20% con su *pareja*, el 14% con *amigos*, 11% de manera grupal y con un porcentaje del 9% individualmente.

Hotel	34
Hostal	21
Hosterías	14
Refugio	0
Casa familiar/amigos	15
Otro	0
TOTAL	84



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo



Cuadro # 10

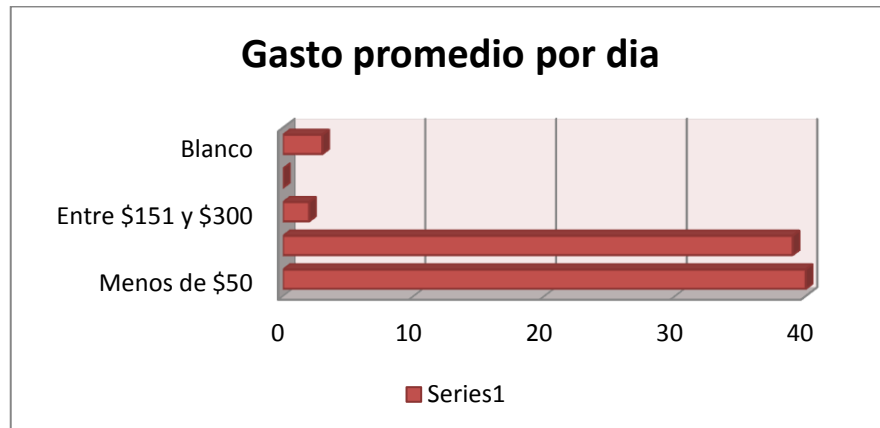
Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015

Del total de encuestados, 36 personas manifestaron que en el caso de pernotar en el cantón Alausí prefieren hospedarse en un *hotel*, 20 personas lo harían en una *hostal*, 14 personas prefieren las *hosterías* de la zona y por último 7 de los encuestados lo harían en una *casa familiar o de amigos* en el caso de que lo tengan.

Menos de \$50	40
Entre \$50 y \$150	39
Entre \$151 y \$300	2
Mas de \$300	0
Blanco	3
TOTAL	84



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo



Cuadro # 11

Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015

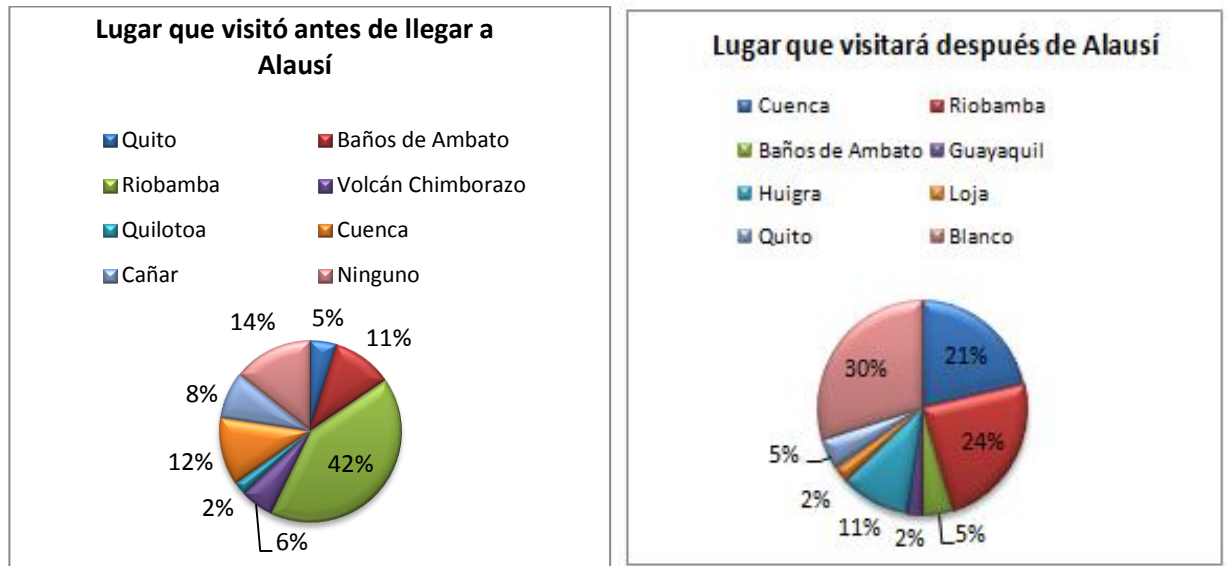
El gasto promedio que realizan los turistas diariamente según la encuesta realizada oscila entre \$50 o menos siendo el más alto; sin embargo gran parte de los encuestados manifestaron que su gasto también fluctúa entre los \$50 a \$150 de gastos diariamente cuando realizan turismo dentro del país.

Quito	4
Baños de Ambato	9
Riobamba	35
Volcán Chimborazo	5
Quilotoa	2
Cuenca	10
Cañar	7
Ninguno	12
TOTAL	84

Cuenca	18
Riobamba	20
Baños de Ambato	4
Guayaquil	2
Huigra	9
Loja	2
Quito	4
Blanco	25
TOTAL	84



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo



Cuadros # 12

Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015

Las personas encuestadas supieron manifestar que el lugar que visitaron antes de llegar al cantón fue la ciudad de *Riobamba* con un 44%, seguido de la ciudad de *Baños de Ambato* con un 13%; pero un 18% contestaron que no visitaron ningún lugar antes de llegar al destino. Por otro lado, están los lugares que visitarían después de visitar el cantón Alausí para lo cual un 32% no tenía seguro a donde viajaría después del cantón Alausí, un 23% viajarían a la ciudad de Cuenca y un 22% a la ciudad de Riobamba.

Menos de 15 días	39
De 15 días a 1 mes	20
De 1 mes a 2 meses	16
Más de 2 meses	7
Otro	2
TOTAL	84



Cuadro # 13

Fuente: Trabajo de campo, elaboración propia
Fecha: Junio 01/2015

Con lo que respecta a la última pregunta, 39 de las personas encuestadas manifestó que la duración que les tomo para programar su viaje fue de 15 días o menos; a 20 de los encuestados les tomó de 15 días a 1 mes; para 16 encuestados su duración fue de 1 mes a 2 meses; sin embargo la opción *otros* exhibieron que les tomo de 6 meses a más en organizar su viaje.



ANEXO 3 FOTOGRAFÍAS

Fotografía #1: Monumento San Pedro de Alausí



Autora: Ximena Ortiz Orellana
Fecha: Noviembre 27/2014

Fotografía #2: Parque 13 de Noviembre



Autora: Ximena Ortiz Orellana
Fecha: Mayo 30/2015



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Fotografía #3: Iglesia Matriz



Autor: Galo Marcillo Vallejo
Fecha: Agosto 26/2014

Fotografía #4: Estación de Ferrocarril



Autora: Ximena Ortiz Orellana
Fecha: Mayo 31/2015



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Fotografía #5: Nariz del Diablo



Autora: Ximena Ortiz Orellana
Fecha: Julio 04/2012

Fotografía #6: Puente Negro



Autor: El Comercio

Fecha: Enero 01/2013



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

Fotografía #7: Reloj Público



Autora: Ximena Ortiz Orellana
Fecha: Enero 01/2014

Fotografía #8: Alausí



Autora: Ximena Ortiz Orellana

Fecha: Enero 02/2014



Fotografía #9: Lagunas de Ozogoché



Autora: Ximena Ortiz Orellana
Fecha: Enero 01/2014

Fotografía # 10: Conchas Petrificadas



Autora: Ximena Ortiz Orellana
Fecha: Enero 01/2014



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

ANEXO 4

CATASTRO ALOJAMIENTO – CANTÓN ALAUSÍ

NOMBRE	DIRECCION	ACTIVIDAD TURISTICA	SUBACTIVIDAD TURISTICA	CATEGORIA	NOMBRE PROVINCIA	NOMBRE CANTON	NOMBRE PARROQUIA	CAMAS	PLAZAS CAMAS	HABITACIONES
PANAMERICANO	5 DE JUNIO 161 Y 9 DE OCTUBRE	ALOJAMIENTO	HOSTAL	TERCERA	CHIMBORAZO	ALAUSI	ALAUSI, CAB CANTONAL	41	43	16
AMERICANO	GARCIA MORENO 151	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	CHIMBORAZO	ALAUSI	ALAUSI, CAB CANTONAL	30	35	15
EUROPA	5 DE JUNIO 175 Y 9 DE OCTUBRE	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	CHIMBORAZO	ALAUSI	ALAUSI, CAB CANTONAL	149	154	72
RINCON DE ISABEL	SECTOR DE BUHA KM2	ALOJAMIENTO	HOSTERIA	TERCERA	CHIMBORAZO	ALAUSI	ALAUSI, CAB CANTONAL	0	0	6
VIEJA CASONA	MARIANA MUÑOZ DE AYALA S/N y BRASIL	ALOJAMIENTO	HOSTERIA	PRIMERA	CHIMBORAZO	ALAUSI	ALAUSI, CAB CANTONAL	15	30	9
COLINA LA	PANAMERICANA SUR KM. 1	ALOJAMIENTO	PENSION	SEGUNDA	CHIMBORAZO	ALAUSI	ALAUSI, CAB CANTONAL	14	14	7
ALAUSI	ESTEBAN OROZCO Y 5 DE JUNIO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	CHIMBORAZO	ALAUSI	ALAUSI, CAB CANTONAL	30	0	15
POSADA DE LAS NUBES	CONVENTILLO KM. 11	ALOJAMIENTO	HOSTERIA	SEGUNDA	CHIMBORAZO	ALAUSI	ALAUSI, CAB CANTONAL	0	0	7
SAN PEDRO	5 DE JUNIO S/N Y 9 DE OCTUBRE	ALOJAMIENTO	HOSTAL	SEGUNDA	CHIMBORAZO	ALAUSI	ALAUSI, CAB CANTONAL	31	31	13
PIRCAPAMBA	SECTOR PIRCAPAMBA KM. 12	ALOJAMIENTO	HOSTERIA	PRIMERA	CHIMBORAZO	ALAUSI	ALAUSI, CAB CANTONAL	18	18	6
LA QUINTA	ELOY ALFARO 121 Y M. MUÑOZ	ALOJAMIENTO	HOSTERIA	PRIMERA	CHIMBORAZO	ALAUSI	ALAUSI, CAB CANTONAL	10	19	8
ALFARO	BARRIO AZUAY A 500 METROS DEL COLEGIO ALFARO	ALOJAMIENTO	HOSTAL	TERCERA	CHIMBORAZO	ALAUSI	ALAUSI, CAB CANTONAL	18	21	12



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo

GAMPALA HOTELERÍA Y TURISMO	5 DE JUNIO 122 Y PEDRO DE LOZA	ALOJAMIENTO	HOSTAL	SEGUNDA	CHIMBORAZO	ALAUSI	ALAUSI, CAB CANTONAL	27	42	14
VENTURA ALAUSI	ANTONIO MORA N 11 Y 9 DE OCTUBRE	ALOJAMIENTO	PENSION	SEGUNDA	CHIMBORAZO	ALAUSI	ALAUSI, CAB CANTONAL	15	16	7
POSADA DEL TREN LA	AV. 5 DE JUNIO Y ESTEBAN OROZCO	ALOJAMIENTO	PENSION	SEGUNDA	CHIMBORAZO	ALAUSI	ALAUSI, CAB CANTONAL	21	21	8
ETERNA PRIMAVERA	HUIGRA Y 5TA TERESITA	ALOJAMIENTO	HOSTERIA	SEGUNDA	CHIMBORAZO	ALAUSI	HUIGRA	56	58	21
HUIGRA INTERNACIONAL	GUAYAQUI L Y CUENCA	ALOJAMIENTO	HOSTAL	TERCERA	CHIMBORAZO	ALAUSI	HUIGRA	32	43	17

Fuente: G.A.D Municipal del Cantón Alausí - 2015



Perfil del Visitante del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo