



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO**

Título

“ATRATIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA
PARROQUIA CASACAY, CANTÓN PASAJE, PROVINCIA EL ORO”

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en turismo

Autor:

Pintado Gavilanes Mercy Dayana

Tutor:

Pacheco Sanunga Héctor Germán

Riobamba, Ecuador. 2023

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Mercy Dayana Pintado Gavilanes, con cédula de ciudadanía 0705155406, autora del trabajo de investigación titulado: "ATRATIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA CASACAY, CANTÓN PASAJE, PROVINCIA EL ORO", certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 28 de Junio de 2023



Mercy Dayana Pintado Gavilanes

C.I: 0705155406

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Héctor Germán Pacheco Sanunga catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: "ATRATIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA CASACAY, CANTÓN PASAJE, PROVINCIA EL ORO", bajo la autoría de Mercy Dayana Pintado Gavilanes; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 28 días del mes de Junio de 2023.



Héctor Germán Pacheco Sanunga

C.I: 0602494627

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación "ATRATIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA CASACAY, CANTÓN PASAJE, PROVINCIA EL ORO", presentado por la estudiante Mercy Dayana Pintado Gavilanes, con cédula de identidad número 0705155406, bajo la tutoría de Héctor Germán Pacheco Sanunga, PhD; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 28 días del mes de Junio de 2023.

Silvia Aldaz, PhD.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO

Marylin Lascano, Mgs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

Henry Villa, Mg.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

CERTIFICADO ANTIPLAGIO



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO

en movimiento



UNACH-RGF-01-04-08.15
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **PINTADO GAVILANES MERCY DAYANA** con CC: **0705155406** estudiante de la Carrera **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**ATRATIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA CASACAY, CANTÓN PASAJE, PROVINCIA EL ORO**", cumple con el 0%, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 22 de junio de 2023



Firmado electrónicamente por:
**HECTOR GERMAN
PACHECO SANUNGA**

Héctor Germán Pacheco Sanunga
TUTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres: Piedad Gavilanes y Manuel Pintado quienes son mis pilares fundamentales en mi vida que me han enseñado que lo que te propongas lo puedes tener tarde o temprano a pesar de las dificultades que se presenten.

Asimismo, a mis hermanos/as Johnny Pintado, Carolina Pintado y mi hermano que se encuentra en el cielo Vicente Pintado que siempre estuvo allí apoyándome y dándome sus consejos para alcanzar mis metas.

A mis amigos: Goberth, Fabián, Talo, Erika, Israel que me han brindado su apoyo incondicional, asimismo, Rosita, Jeffito, Pao, Maxi & Blad por los momentos que hemos compartido durante este recorrido por la universidad.

Mercy Dayana Pintado Gavilanes

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Nacional de Chimborazo, a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas y especialmente a la carrera de Turismo.

A mis docentes de la carrera de turismo que supieron guiarme y fortalecer mis conocimientos, habilidades y capacidades para mi vida profesional, al Dr. Héctor Pacheco por su orientación en el desarrollo de este proyecto de investigación.

Finalmente, a las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Casacay por haberme brindando el apoyo necesario.

Mercy Dayana Pintado Gavilanes

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	14
ABSTRACT.....	15
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	16
1.1 Introducción	16
1.2 Antecedentes	17
1.3 Problema	19
1.4 Justificación	20
1.4.1 Justificación teórica	20
1.4.2 Justificación práctica	20
1.4.3 Justificación metodológica	20
1.4.4 Justificación Epistemológica	20
1.5 Objetivos.....	21
1.5.1 General.....	21
1.5.2 Específicos.....	21
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	22
2.1 Marco Filosófico o Epistemológico de la Investigación.....	22
2.1.1 La Epistemología de los Atractivos turísticos	22
2.1.2 La Epistemología de la Demanda turística	23
2.2 Estado del arte.....	23
2.2.1 Estado del Arte de la variable dependiente	23
2.2.2 Estado del Arte de la variable Independiente	24
2.3 Marco teórico	25
2.3.1 Bases teóricas de la Variable Independiente	25
2.3.2 Bases teóricas de la Variable Dependiente.....	28
CAPÍTULO III. METODOLOGIA	31
3.1 Tipo de investigación	31
3.1.1 No experimental	31
3.1.2 Retrospectivo	31
3.1.3 Transversal.....	31
3.1.4 Enfoque mixto	32
3.1.5 Inductivo-Deductivo.....	32
3.1.6 Analítico-Sintético.....	32
3.2 Diseño de investigación	33
3.2.1 Campo.....	33
3.2.2 Documental.....	33
3.2.3 Exploratorio	33

3.2.4	Descriptivo.....	33
3.2.5	Correlacional	34
3.2.6	Unidad de observación	34
3.3	Técnicas de recolección de Datos	34
3.3.1	Técnicas	34
3.3.2	Instrumentos	34
3.4	Validez y confiabilidad de instrumentos.....	34
3.4.1	Validez de instrumentos	34
3.4.2	Confiabilidad de instrumentos.....	35
3.5	Operacionalización de variables y matriz de consistencia.....	35
3.6	Población de estudio y tamaño de muestra	36
3.6.1	Unidad de análisis.....	36
3.6.2	Población de estudio	36
3.7	Hipótesis	37
3.7.1	General.....	37
3.7.2	Específicas	37
3.8	Métodos de análisis.....	37
3.9	Procesamiento de datos.....	38
3.9.1	Hipótesis específica 1	38
3.9.2	Hipótesis específica 2	39
3.9.3	Hipótesis específica 3	39
3.9.4	Hipótesis general	40
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		41
4.1	Análisis e interpretación de resultados	41
4.1.1	Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente “Atractivos turísticos”	41
4.1.2	Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable dependiente “Demanda turística”	44
4.2	Discusión.....	47
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES.....		48
5.1	Conclusiones	48
5.2	Recomendaciones	48
CAPÍTULO VI. PROPUESTA.....		50
6.1	Propuesta.....	50
1.	Título de la propuesta.....	50
2.	Introducción	50
3.	Objetivos.....	50

3.1	Objetivo general.....	50
3.2	Objetivos específicos	50
4.	Justificación	50
5.	Reseña histórica de la Parroquia Casacay.....	51
5.1	Ubicación geográfica de la Parroquia Casacay.....	51
5.2	Características generales de la Parroquia Casacay	52
5.2.1	Entorno geográfico	52
5.2.2	Entorno turístico	53
5.2.3	Inventario de los atractivos turísticos naturales de la Parroquia Casacay	54
6.	Desarrollo de la propuesta	60
6.1	Estrategia 1: Mejorar la imagen de los atractivos turísticos en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.	61
6.2	Estrategia 2: Elaborar un registro de ingreso de turistas en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.	63
6.3	Estrategia 3: Fortalecer la cultura turística en los prestadores de servicios turísticos y la población local en la Parroquia Casacay.	67
	Referencias.....	71
	ANEXOS	76
Anexo 1	Árbol de problemas.....	76
Anexo 2	Matriz de Operacionalización de Variables (Variable Independiente).....	77
Anexo 3	Matriz de Operacionalización de Variables (Variable Dependiente)	78
Anexo 4	Matriz de consistencia.....	79
Anexo 5	Matriz Estado del Arte: Variable dependiente "Demanda turística"	80
Anexo 6	Matriz Estado del Arte: Variable independiente "Atractivos turísticos"	83
Anexo 7	Encuesta de la variable independiente: Atractivos turísticos.....	85
Anexo 8	Encuesta de la variable dependiente: Demanda turística.....	87
Anexo 9	Matriz de evaluación de expertos de la variable independiente: Atractivos turísticos.....	89
Anexo 10	Matriz de evaluación de expertos de la variable dependiente: Demanda turística 92	
Anexo 11	Análisis e interpretación de datos de la variable independiente: Atractivos turísticos	95
Anexo 12	Análisis e interpretación de datos de la variable dependiente: Demanda turística.....	108
Anexo 13	Diagnóstico situacional turístico (FODA) de la Parroquia Rural de Casacay	121
Anexo 14	Evidencias fotográficas de la aplicación de encuestas a turistas y habitantes	130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Validación de expertos.....	34
Tabla 2	Criterios de Coeficiente de Alfa de Cronbach	35
Tabla 3	Estadísticas de fiabilidad.....	35
Tabla 4	Estadísticas de fiabilidad.....	35
Tabla 5	Muestra de la variable independiente	36
Tabla 6	Interpretación del coeficiente de correlación de Rho de Spearman.....	38
Tabla 7	Prueba de hipótesis específica 1	38
Tabla 8	Prueba de hipótesis específica 2	39
Tabla 9	Prueba de hipótesis específica 3	40
Tabla 10	Prueba de hipótesis general.....	40
Tabla 11	Resumen, interpretación y análisis de los resultados.....	41
Tabla 12	Resumen, interpretación y análisis de los resultados.....	44
Tabla 13	Entorno geográfico de la Parroquia Casacay	52
Tabla 14	Entorno turístico de la Parroquia Casacay	53
Tabla 15	Ficha del Balneario "La Cocha"	54
Tabla 16	Ficha del Balneario "Laguna Azul"	55
Tabla 17	Ficha del Balneario "Las Peñas"	56
Tabla 18	Ficha del Balneario "El Refugio"	57
Tabla 19	Ficha de los Pailones del Río Tobar	58
Tabla 20	Ficha del Balneario "Laguna del Amor"	59
Tabla 21	Programa para el mejoramiento de la imagen de los atractivos turísticos en la Parroquia Casacay.....	61
Tabla 22	Programa para la elaboración de un registro de ingreso de turistas en la Parroquia Casacay	63
Tabla 23	Programa para el fortalecimiento de la cultura turística en los prestadores de servicios turísticos y la población local en la Parroquia Casacay.....	67
Tabla 24	Presupuesto aproximado general de las estrategias	69
Tabla 25	Género.....	95
Tabla 26	Edad	96
Tabla 27	Nivel de instrucción	97
Tabla 28	Elementos materiales e inmateriales.....	98
Tabla 29	Recursos naturales y culturales	99
Tabla 30	Instalaciones turísticas	100
Tabla 31	Actividad turística.....	101
Tabla 32	Excursiones turísticas.....	102
Tabla 33	Recreación turística.....	103
Tabla 34	Visitas turísticas	104
Tabla 35	Desplazamiento de turistas	105
Tabla 36	Bienes turísticos	106
Tabla 37	Servicios turísticos	107
Tabla 38	Género.....	108
Tabla 39	Edad	109
Tabla 40	Nivel de instrucción	110
Tabla 41	Pernoctación.....	111
Tabla 42	Viaje.....	112
Tabla 43	Entidades turísticas	113
Tabla 44	Accesibilidad turística.....	114
Tabla 45	Servicios turísticos	115

Tabla 46	Comercialización	116
Tabla 47	Estadía.....	117
Tabla 48	Necesidades turísticas	118
Tabla 49	Satisfacción turística	119
Tabla 50	Actividades turísticas	120
Tabla 51	Matriz FODA: Diagnóstico interno y externo	122
Tabla 52	Priorización de las fortalezas	123
Tabla 53	Fortalezas priorizadas	123
Tabla 54	Priorización de las debilidades.....	124
Tabla 55	Debilidades priorizadas.....	124
Tabla 56	Priorización de las oportunidades	125
Tabla 57	Oportunidades priorizadas	125
Tabla 58	Priorización de las amenazas	126
Tabla 59	Amenazas priorizadas	126
Tabla 60	FODA Priorizado	127
Tabla 61	Mapa de necesidades y alternativas de solución.....	128
Tabla 62	Matriz de estrategias de cambios	129

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Mapa base de la Parroquia Rural de Casacay.....	51
Figura 2	Esquema de la propuesta	60
Figura 3	Modelo de ficha de registro de ingreso de turistas.....	65
Figura 4	Modelo de ficha de registro en Código QR.....	66
Figura 5	Género	95
Figura 6	Edad.....	96
Figura 7	Nivel de instrucción.....	97
Figura 8	Elementos materiales e inmateriales	98
Figura 9	Recursos naturales y culturales	99
Figura 10	Instalaciones turísticas.....	100
Figura 11	Actividad turística	101
Figura 12	Excursiones turísticas	102
Figura 13	Recreación turística	103
Figura 14	Visitas turísticas	104
Figura 15	Desplazamiento de turistas	105
Figura 16	Bienes turísticos	106
Figura 17	Servicios turísticos	107
Figura 18	Género	108
Figura 19	Edad.....	109
Figura 20	Nivel de instrucción.....	110
Figura 21	Pernoctación	111
Figura 22	Viaje	112
Figura 23	Entidades turísticas.....	113
Figura 24	Accesibilidad turística	114
Figura 25	Servicios turísticos	115
Figura 26	Comercialización.....	116
Figura 27	Estadía	117
Figura 28	Necesidades turísticas.....	118
Figura 29	Satisfacción turística.....	119
Figura 30	Actividades turísticas	120
Figura 31	Lluvia de ideas para el análisis FODA	121

RESUMEN

El proyecto de investigación “Atractivos turísticos y Demanda turística en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro” mantiene como objetivo principal analizar la relación que existe entre los atractivos turísticos y la demanda turística, considerando que Casacay posee una gran riqueza natural y que es de gran importancia para la población local que se dedican al ámbito turístico, por lo que, se consideró relevante que el GAD Parroquial Rural de Casacay posea información adecuada para el diseño de estrategias que permitan el crecimiento y desarrollo turístico de esta.

Los métodos de investigación que se emplearon para el desarrollo de la investigación fueron no experimental y transversal, asimismo, el diseño que se aplicó fue de campo, documental, exploratorio, descriptivo y correlacional con un enfoque inductivo – deductivo. Además, se aplicó un muestreo por conveniencia o intencional (no probabilístico) con una muestra de 50 personas tanto para la variable independiente como dependiente, en donde como técnica principal de recopilación de información se utilizó la encuesta con su instrumento el cuestionario con escala de LIKERT.

Del mismo modo, con la prueba de hipótesis en SPSS v.26. se comprobó que no existe relación entre los atractivos turísticos y la demanda turística. Es decir, que el valor predictivo nos da a entender que el origen de la deficiente demanda turística puede estar enfocada en otros factores como la superestructura turística desorganizada, etc. Finalmente, en base a los resultados estadísticos y un diagnóstico situacional turístico (FODA) se planteó el diseño de “Estrategias para potenciar los atractivos turísticos y la demanda turística en la Parroquia Casacay”, con la finalidad de mejorar la imagen y cultura turística de la misma.

Palabras claves: Atractivos turísticos, Demanda turística, Estrategias, Desarrollo turístico.

ABSTRACT

Abstract

The main objective of the research project "Tourist attractions and tourist demand in the parish of Casacay, the canton of Pasaje, and the province of El Oro " is to analyze the relationship between tourist attractions and tourist demand, considering that Casacay has an outstanding natural wealth and it is of great importance for the local population engaged in tourism, so it was considered relevant that the Casacay Rural Parish GAD has adequate information for the design of strategies that allow the growth and development of tourism in this area. The research methods used to develop the research were non-experimental and cross-sectional. Likewise, the design applied was a field, documentary, exploratory, descriptive, and correlational with an inductive-deductive approach. In addition, convenience or intentional sampling (non-probabilistic) was applied with a sample of 50 people for both the independent and dependent variables, where the primary technique used to collect information was the survey with its instrument, the questionnaire with the LIKERT scale. Similarly, the hypothesis test in SPSS v.26 proved that there is no relationship between tourist attractions and tourist demand. In other words, the predictive value gives us to understand that the origin of the deficient tourist demand may be focused on other factors, such as the disorganized tourist superstructure. Finally, based on the statistical results and a tourism situational diagnosis (SWOT), the design of "Strategies to contribute to the improvement of tourist attractions and tourism demand in the Casacay Parish" was proposed to improve the image and tourist culture of the parish.

Keywords: Tourist attractions, Tourist demand, Strategies, Tourist development.



Reviewed by:
Mgs. Hugo Romero
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 0603156258

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Introducción

El cantón Pasaje está lleno de lugares encantados visitados por turistas locales y nacionales, pero en la actualidad no se encuentra desarrollado turísticamente al 100% debido a que no se ha explotado la planta turística, ni los recursos naturales, es por ello que la problemática se enfoca en la limitada demanda turística de la Parroquia de Casacay, pese a ser un lugar con una belleza natural inigualable que no ha sido desarrollada de buena manera, por el poco interés que presentan los pobladores de la localidad, la poca atención del departamento de turismo el que ha realizado mínimos esfuerzos por explotar el potencial turístico de Casacay.

La principal motivación para el desarrollo de la investigación es la necesidad de conocer la situación actual turística de la Parroquia de Casacay, conociendo sus puntos fuertes como también sus puntos débiles para de esta manera fomentar el desarrollo turístico que tiene la parroquia, pues se quiere reactivar en cierta manera los primeros años turísticos de Casacay, en donde existía una fuerte demanda turística tanto de nacionales como extranjeros, para lo cual se desarrollan estrategias que ayuden a desvelar la problemática principal que está viviendo dicho sector.

Asimismo, todo esto se basa en diferentes fuentes tanto bibliográficas como webs gráficas para la sustentación de la investigación ya sea en documentos de tesis de grado, maestría y demás folletos científicos llevándonos a una metodología tanto de carácter documental como de campo, ya que se realiza mediante una tipología no probabilística a fin de obtener una muestra igualitaria en la variable independiente como dependiente. De igual manera, el objetivo general de nuestra investigación es la de analizar la relación entre los atractivos turísticos con la demanda turística en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.

Pues lo que se pretende obtener es una propuesta de desarrollo para el potencial turístico con que cuenta dicha parroquia enfocándonos principalmente en sus atractivos, para ello se han planteado diversos objetivos específicos para alcanzar dicha meta tales como comparar la relación entre el producto turístico con la demanda turística, establecer la relación entre el turista con la demanda turística y encontrar la relación entre la toma de decisiones con la demanda turística en la Parroquia Casacay, a fin de obtener una idea más clara sobre la realidad de los atractivos turísticos.

Finalmente, el desarrollo del trabajo de investigación se llevó a cabo de la siguiente manera: En el **Capítulo I**, consta el planteamiento del problema, formulación del problema, justificación, objetivos e hipótesis. Por otro lado, en el **Capítulo II**, consta el marco teórico, estado del arte y las bases teóricas. Mientras, el **Capítulo III** define la metodología de la investigación tanto el tipo como el diseño de esta, la técnica e instrumentos y la población de estudio, en el **Capítulo IV** se presentan los resultados y discusión, luego, el **Capítulo V** se plantean las conclusiones y recomendaciones y en el **Capítulo VI** la propuesta.

1.2 Antecedentes

Como preámbulo para el desarrollo del proyecto de investigación se consideró importante realizar un análisis de información de diferentes investigaciones de diversos autores las cuales permitieron fundamentar el tema planteado que corresponde a “ATRATIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA CASACAY, CANTÓN PASAJE, PROVINCIA EL ORO”:

Tal como indica Soria (2021) en su investigación *“Posicionamiento de atractivos turísticos y su incidencia en la demanda turística del cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi”* previo a la obtención del título de ingeniería en Administración Turística y Hotelera en la Universidad de las Fuerzas Armadas. Nos dice que:

Además de la amabilidad de los residentes, que hace que los turistas se sientan acogidos, la calidad de los atributos de los atractivos turísticos es eje fundamental para que la demanda de turistas se incremente o disminuya. Por lo tanto, al analizar el alojamiento, que es uno de los atributos mayormente mencionado por los turistas como regular hace que los turistas ya no quieran regresar, de igual manera sucede con los atributos de alimentación y vías de acceso. (pág. 166)

Como plantean Pineda y otros (2019) en su artículo titulado *“Análisis del Sistema Turístico de la Parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador”* publicado en la Revista Interamericana de Ambiente y Turismo. Manifiestan que:

En base a la valoración de potencialidad de los atractivos turísticos de la parroquia Casacay, sostiene las actividades de recreación turística. Relativo a la oferta el sitio carece de un producto turístico, el cual se pueda mercantilizar. Si bien, existen prestadores turísticos que presentan distintos servicios, la parroquia no cuenta con un producto turístico desarrollado para mercantilizar. Por lo tanto, si se procura desarrollar o mejorar la oferta, es indispensable fortalecer el desarrollo de proyectos en los indicadores de accesibilidad y conectividad, planta turística, recursos humanos, con el objetivo de crear un valor agregado en la prestación de servicios turísticos que brinda la población para aumentar en cifras la demanda de atractivos. (pág. 168)

Desde el punto de vista de Mosquera (2017) en su investigación titulada *“Análisis de la Afluencia Turística y su incidencia en el desarrollo turístico del Sitio Bajo Alto, Cantón El Guabo”* previo la obtención del título en Ingeniera Comercial mención en Administración de Empresas en la Universidad Técnica de Machala. Menciona lo siguiente:

Los principales problemas existentes en el Sitio Bajo Alto están estrechamente relacionados con el descuido de los recursos turísticos del sector, al escaso interés de las autoridades y de la población por realizar acciones que mejoren la presentación de la playa, situación que ha provocado una baja afluencia de turistas. (pág. 14)

Como señala Illescas (2017) en su investigación titulada *“Senderización y Señalética Turística de los Atractivos Naturales Balneario la Cocha y Pailones del Río Tobar, parroquia rural Casacay, Cantón Pasaje, Provincia de El Oro”* previo a la obtención del título en Ingeniería en Administración Turística en la Universidad Nacional de Loja. Dice lo siguiente:

La parroquia Casacay posee atractivos naturales con características muy particulares, que tienen el potencial para impulsar el desarrollo turístico; sin embargo, estos requieren de una adecuación para ser puestos en valor como es en los atractivos ya que no cuentan con señalética establecida que permitan guiarse correctamente al turista, afectando así a la actividad turística y su población. (pág. 140)

Según Andrade (2015) en su proyecto de investigación *“La infraestructura turística y su impacto en la afluencia de turistas en la playa los perales del cantón San Vicente”* previo a la obtención del título de Ingeniero en Ecoturismo en la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Menciona que:

El diagnóstico de la gestión administrativa de las autoridades está vinculado con el desarrollo turístico, se verifica que la infraestructura turística en la playa Los Perales no es totalmente adecuada para la estancia de los turistas, los cuales la consideran mala, no así los prestadores de servicios encuestados dicen que infraestructura turística depende de control administrativo. (pág. 37)

1.3 Problema

Hoy en día, los requerimientos que necesita un atractivo turístico para seguir dentro del ojo de los clientes o turistas son muchos ya que pasa desde un mantenimiento constante del mismo hasta ciertas modificaciones dentro de este para que sea más llamativo y diversifique su imagen llegando a nuevos mercados y por ende generando una demanda turística que ayude al desarrollo de la población local por la entrada de divisas, generación de empleo, mejora de calidad de vida, concientización ambiental y muchas razones más que ayudan al crecimiento de la comunidad receptora.

Siendo este el punto de partida de la investigación, ya que se ha identificado que en la Parroquia Casacay los atractivos turísticos pasan por un momento de desinterés en donde poco a poco se ha ido perdiendo a los turistas que visitaban la zona principalmente por el estado de estos que en ciertas ocasiones llegan a ser poco llamativos para el turista, no solo estéticamente sino también por los servicios brindados en el mismo, pero la principal causa del estado actual de estos atractivos se deben a la desorganización que existe dentro de los mismos, pues la deficiente gestión de estos ha entorpeciendo la toma de decisiones.

Asimismo, una de las problemáticas a resolverse dentro de los atractivos turísticos es la monotonía que se sigue en los mismos, pues no se ha diversificado ni se ha implementado nada nuevo que llame la atención de los turistas convirtiéndose poco a poco en un producto turístico obsoleto que cada día va perdiendo tanto el interés de turistas nacionales como los mismos locales, ya que como conocemos el turismo es una actividad que debe ir evolucionando y adaptándose constantemente a las nuevas necesidades y deseos propuestos por la demanda turística.

De igual manera, al vivir en una era informática completamente globalizada la información que se puede tener con tan solo un click es muy inmensa y por ende es mucho más fácil para el turista o cliente saber y ver el estado de un atractivo turístico, no solo paisajísticamente sino también estructuralmente por lo cual hay que mantenerse al día no solamente con el tema de las TIC'S sino también el cómo poder llegar a los turistas, pues de esta manera se podrá generar una demanda turística que pueda generar una capacidad económica para el desarrollo y posicionamiento del atractivo en la mente del consumidor.

Finalmente, otra de las falencias que tiene Casacay en el tema turístico es la de que es considerada como una parroquia de paso, es decir, que tiene un flujo turístico irregular teniendo sus puntos altos solo en temporadas de parroquialización y de carnaval, mientras que en el resto del año cuenta con un flujo turístico muy bajo en el cual son muy pocos los turistas que pueden conocer de las maravillas encantadas con que cuenta Casacay como sus balnearios, cascadas, monumentos culturales y demás manifestaciones típicas. En el *(Anexo I)* se observa el árbol de problemas que se desarrolló para determinar el principal problema con sus respectivas causas y efectos.

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación teórica

El lugar de estudio corresponde a la parroquia Casacay del cantón Pasaje ubicado en la provincia El Oro la cual posee gran cantidad de recursos turísticos, en especial por sus balnearios que son los atractivos estrella de la zona. Es por esta razón, que la investigación tuvo por objetivo aportar al conocimiento sobre los atractivos turísticos y la demanda turística en la parroquia Casacay, que beneficia tanto a la comunidad local como a la académica para futuras investigaciones, actualización del trabajo o ejecuciones de algún proyecto turístico a desarrollarse en el mismo.

1.4.2 Justificación práctica

El proyecto de investigación se realizó para aprovechar y mejorar la calidad de turismo que se ofrece en la parroquia Casacay y a la vez difundir y promocionar turísticamente el cantón. Por ello, hay que hacer relación del proyecto con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) teniendo como resultado el Objetivo 8 que es “Fomentar el crecimiento económico participativo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos”. Asimismo, enfocándole al Plan Toda una Vida tendremos el Objetivo 5 que trata de “Promocionar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y humanitario”.

1.4.3 Justificación metodológica

Para lograr los objetivos del estudio se empleó técnicas de investigación, donde se aplicó la encuesta tanto a los pobladores de la parroquia como a los turistas que visitan los diversos atractivos turísticos de Casacay mismos que ayuden a la recolección de datos de la Variable Independiente: Atractivos turísticos y la Variable Dependiente: Demanda turística. Como resultado se obtuvo nuevos conocimientos para el diseño de nuevas estrategias que permitan el crecimiento y desarrollo turístico de la Parroquia Casacay. Los beneficiarios de este estudio son los casacayenses y la comunidad académica quienes podrán hacer uso de los datos expresados.

1.4.4 Justificación Epistemológica

Al ser una investigación basada en lo que es la demanda turística el origen o la epistemología se da desde tiempos remotos como las primeras movilizaciones turísticas que se han dado como en un principio por peregrinaciones, luego en busca de conocimiento, posterior a ello por fines de salud y así muchos ejemplos más lo cual aporta a nuestra investigación que la demanda turística se da por diversas razones y motivos de acuerdo con el contexto que se vive. Los beneficiarios de este proyecto son la comunidad académica, GAD Municipal del Cantón Pasaje, GAD Parroquial de Casacay y otras entidades relacionadas al ámbito turístico.

1.5 Objetivos

1.5.1 General

- Analizar la relación entre los atractivos turísticos con la demanda turística en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.

1.5.2 Específicos

- Comparar la relación entre el producto turístico con la demanda turística en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.
- Establecer la relación entre el turista con la demanda turística en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.
- Encontrar la relación entre el flujo turístico con la demanda turística en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Filosófico o Epistemológico de la Investigación

2.1.1 *La Epistemología de los Atractivos turísticos*

Citando a Sancho (1994) señala que:

Para explicar el turismo en toda su extensión, no podemos limitarnos al análisis de la demanda, es necesario ver el otro lado y delimitar conceptualmente la oferta turística. Ésta se define como: “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”, en este caso se menciona acerca de la oferta turística ya que los atractivos turísticos forman parte de este debido a que son los elementos claves para motivar a los visitantes y generar la corriente turística. Es así, que nos dice que la función Atractivo se compone de las siguientes:

- Características naturales: topografía, paisajes, flora y fauna, lagos, ríos, océanos y montañas.
- Características históricas-culturales: folklore, manifestaciones, museos.
- Clima: temperatura, vientos, precipitaciones humedad, predictibilidad.
- Infraestructura general: carreteras, transporte, electricidad, agua.
- Superestructura turística: hoteles, campings, restaurantes, bares.
- Accesos y facilidades de transporte: calidad de acceso.
- Exclusividad, seguridad, aspectos sanitarios. (pág. 210)

De acuerdo con Rodríguez (2003) dice que:

Un atractivo turístico es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Respecto a la actividad turística, guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada valen sobre el mercado si no son puestos en valor y explotados, y como lo naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables. (pág. 8)

Teniendo en cuenta a Siberman (2008) afirma que:

El mencionar la palabra recurso da lugar a que se piense en aquellos elementos de la naturaleza que el hombre obtiene para su beneficio, es decir: el agua, el suelo, el clima, la fauna, la vegetación, los minerales, etcétera. No obstante, debe considerarse que el término recurso no se refiere a una cosa ni a una substancia, sino a la función que éstas pueden desempeñar o a la acción en que puedan tomar parte. Entonces, los atractivos turísticos son una riqueza que debe considerarse como recursos ya que han originado una actividad económica, el turismo, cuyos beneficios representan un porcentaje altísimo en la entrada de divisas anuales a la nación. Asimismo, estos recursos turísticos se dividen en naturales y culturales, estos últimos a su vez se clasifican en históricos y contemporáneos. (pág. 24;25)

En conclusión, los atractivos turísticos son parte de los elementos de la oferta turística que conlleva una serie de componentes para considerarse un atractivo turístico, ya que, estos parten en primera instancia como recursos turísticos considerados como materia prima para las actividades turísticas debido a que pueden ser tanto culturales, naturales, históricos con características que motivan a los turistas a desplazarse hacia ellos generando un desarrollo económico en el espacio geográfico que se encuentra.

2.1.2 *La Epistemología de la Demanda turística*

Citando a Sancho (1994) menciona que:

Desde que en los años 50 empezó a producirse un desarrollo continuado de los viajes debido, fundamentalmente, al aumento del bienestar económico y al aumento del tiempo libre u ocio, la variable más importante y sobre la que más han estudiado los investigadores y empresarios del mercado turístico es la demanda turística. El concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores como:

- Económicos, Psicológicos, Sociológicos, Físicos, Éticos. (pág. 61)

Asimismo, según Socatelli (2013) dice que:

La demanda la constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística. Entonces, determina que la demanda turística, como en todo mercado, se divide en:

- Demanda turística potencial: tiene todas las características necesarias para consumir un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido.
- Demanda turística actual o real: consume o compran un servicio o producto turístico. (pág. 10)

En conclusión, la demanda turística conlleva una serie de características como es el desplazamiento, las estancias, actividades turísticas, motivaciones y los factores, además, se divide tanto en demanda turística local, nacional e internacional.

2.2 Estado del arte

2.2.1 *Estado del Arte de la variable dependiente*

En el artículo científico titulado “*Efecto del COVID - 19 en la demanda turística de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo*”, de Vallejo & Álvarez (2022) nos dice que:

El desarrollo turístico de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo se vio detenida debido a la crisis sanitaria del COVID-19, pues según datos más de la mitad de los turistas que llegaban a la zona dejaron de visitar dicha área debido a la pandemia que se estaba viviendo mundialmente. Asimismo, otro de los factores a tomarse en cuenta post pandemia es que las preferencias de los turistas habían cambiado radicalmente referente a las ya vistas un año atrás pasando de atractivos turísticos de gran envergadura dentro de la zona urbana a atractivos más alejados de la ciudad y mezclados con el entorno de la naturaleza, también, ahora el estilo o perfil de los turistas se vio más inclinado hacia un turismo seguro en donde los turistas se puedan sentir a salvo de no contagiarse del virus COVID-19.

El artículo científico titulado “*Demanda de turismo internacional en tiempos de covid-19 en la región de Puno-Perú*” de Laurente (2021), señala que:

El destino turístico Puno – Perú se ha visto totalmente perjudicado en cuanto se refiere a flujo turístico, pues la visitación del mismo decayó en un 100% teniendo como secuencia una debacle económica de gran magnitud tanto que se ha tenido que desarrollar modelos de proyección de arribos hacia este destino con el fin de realizar y tomar medidas estratégicas y económicas para el sostenimiento de dicho destino.

Y el modelo con mejor acogida dentro de la academia es SARIMA el cual mostró el comportamiento futuro de los turistas post -pandemia.

En el artículo científico de González & Vallejo (2021) titulado como “*Dimensiones de la afluencia turística española: caracterización de las comunidades independientes según la motivación de los viajeros españoles (2016)*” señalan que:

El comportamiento de los turistas españoles para el año 2016 cambió de inclinaciones urbanas a un poco más rurales, pues los tipos de turismo a escoger se vieron más inclinados a un turismo de aventura, de ocio, deportes, sol y playa, naturaleza, y turismo cultural. Lo cual nos indica que la demanda turística siempre va a estar en constante cambio tanto en necesidades como en preferencias lo que nos da una idea de transformación en cuanto se refiere a la diversificación de los nuevos productos a ofrecerse en el mercado turístico español, asimismo, dicha información servirá como antecedente para futuras investigaciones dentro de la academia española.

En el artículo científico de Garcia y otros (2020) titulado como “*Segmentación de la demanda turística colombiana que asisten a la Zona de Planificación 1 más la provincia de Pichincha en Ecuador*” menciona que:

La segmentación por nichos de mercados nos beneficia en conocer más los gustos y necesidades de los turistas, pues por ejemplo en la investigación se determinó que las inclinaciones de los turistas de la Zona de Planificación 1 de Colombia y la Provincia de Pichincha de Ecuador muestran optar más por un turismo de naturaleza, cultural y familiar, lo cual permitió desarrollar productos turísticos enfocados en esos 3 ámbitos y de esta manera obtener más acogida por parte de los turistas que visitaban dichos atractivos.

2.2.2 Estado del Arte de la variable Independiente

En el artículo científico titulado “*Los atractivos turísticos de Manta y su repercusión en el desarrollo económico de las parroquias urbanas y rurales*” de Loor y otros (2020) señalan que:

La relación que existe entre los atractivos turísticos y el desarrollo turístico es pobremente alta, pues al tener más atractivos esta puede ser más llamativo para diferentes nichos y segmentos de mercado lo cual generaría un mayor arribo de turistas de distintos lugares creando un flujo económico muy positivo para Manta y por ende un mejor desarrollo turístico, de igual manera, el contar con atractivos de mayor jerarquía ayuda y beneficia al desarrollo de dicho destino ya que atractivos más vistosos mayor flujo turístico existirá todo esto probado por el sistema estadístico SPSS 25.

En el artículo científico titulado “*Los atractivos turísticos y su impacto en el perfil costero de Manabí – Ecuador*” de Gonzáles y otros (2019), afirma que:

Es necesario realizar un estudio sobre la potencialidad que pueda tener un destino en cuanto se refiere a los atractivos turísticos, pues estos necesitan ser inventariados, analizados y posteriormente jerarquizados con la intención de que mediante esta información se pueda realizar una mejor planificación para el destino turístico en donde se guarde una sostenibilidad y sustentabilidad que ayude a la preservación, conservación y difusión de todos estos atractivos con que pueda contar la zona y de igual manera conocer sobre algunos nuevos que están en fase de ser recursos.

En el trabajo de titulación de Freire (2019) titulado como “*Diagnóstico de atractivos turísticos del cantón Zaruma para potencializar la actividad turística*” menciona que:

La importancia del turismo ha venido tomando más fuerza dentro de los últimos años hasta el punto en que se ha convertido en una de las industrias que genera un gran aporte económico para Ecuador y tomando como referencia dicho antecedente se pretende realizar un inventariado de los atractivos y recursos naturales con que cuenta la ciudad de Zaruma a fin de generar una planificación turística que ayude a dicha ciudad a posicionarse como un destino turístico dentro del mercado ecuatoriano, pues, de manera subjetiva se cree que Zaruma cuenta con todo lo necesario para ser un destino turístico consolidado del país.

2.3 Marco teórico

Se considera fundamental indicar las teorías básicas de las definiciones de las variables según diversos autores al igual que sus respectivas dimensiones, a fin de comprender de mejor manera las dos variables de objeto de estudio dentro de esta investigación, pero antes de ello conoceremos ciertas generalidades del tema y algunos conceptos que sirven de ayuda para la comprensión del presente escrito.

El turismo

Como señala la Organización Mundial del Turismo (2021) que:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico, crea el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno frecuente por motivos personales, profesionales o de negocios. Las personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (pág. 1)

Sistema turístico

Según Sancho (1994) cita que:

El sistema turístico es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. Concretamente, se distinguen cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística: la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores del mercado. (pág. 47)

2.3.1 Bases teóricas de la Variable Independiente

2.3.1.1 Atractivos turísticos.

Lemoine, Castellanos, Hernández, Zambrano, & Carvajal (2018) nos dicen que los atractivos turísticos se definen como:

El conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son apto de ser modificados en un producto turístico que tenga capacidad para intervenir sobre el proceso de decisión del turista, provocando su visita por medio de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico. (pág. 136)

Según Camara & Morcate (2014) tomando de la OMT (Organización Mundial del Turismo) definen los atractivos turísticos como:

Todos los bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible el movimiento turístico y satisfacen las actividades de la demanda, y plantea que, un recurso turístico constituye la existencia de un conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden ser utilizados mediante un

proceso de transformación que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda. (pág. 52)

2.3.1.2 Producto turístico.

La Organización Mundial del Turismo (2021) define a un producto turístico como una combinación de:

Elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (pág. 1)

Asimismo, Colina (2010) según sus criterios menciona que un producto turístico es un conjunto de:

Prestaciones, materiales e inmateriales, que brindan con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista, es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso. (pág. 3)

2.3.1.3 Turista.

Fundación FRAX (2016) indica que un turista es aquella: “Persona que hace una o más excursiones, especialmente alguien que hace esto por recreación; alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares por sus objetos de interés, paisaje, etcétera” (pág. 6).

De igual manera, la Organización Mundial del Turismo (2021) define a los turistas como: “Aquellas personas que viajan a un destino principal ajeno a su lugar de residencia habitual por motivos de ocio o negocios, y que tienen una estancia mínima de una noche en dicho lugar” (pág. 1).

2.3.1.4 Flujo turístico.

Citando a García (2013) define al flujo turístico como:

El resultado cuantificado del desplazamiento temporal y motivado de viajeros, que desde el lugar de domicilio habitual, se dirigen a otros lugares diversos que ofrecen bienes y servicios turísticos. Es decir, no habla de tránsito de turistas en el destino sino de sus centros de expedición hacia el destino. (pág. 9)

2.3.1.5 Elementos materiales e inmateriales.

De acuerdo con Santana (2015) menciona que los elementos materiales e inmateriales permiten:

Dar respuesta a la función básica de producto turístico como la materia prima del producto como es alimentos y bebidas, mobiliario, equipamientos, transporte, de igual manera los recursos turísticos del entorno ya sea culturales, naturales e históricos y otras actividades recreativas. Asimismo, las infraestructuras básicas del territorio como terminales, aeropuertos, y por último elementos complementarios como instalaciones recreativas, restaurantes, bares, entre otros.

Por otro lado, en cuanto a los elementos inmateriales considera a las actividades que se generan en la interacción del turista con los empleados, recursos, bienes físicos o sistemas de la empresa, que se constituyen en la parte central del producto turístico como pueden ser los guías, también esta lo que es la gestión de recursos de la empresa e imagen de marca. (pág. 13;18)

2.3.1.6 Recursos naturales y culturales.

Según opina Pinto (2019) acerca de los recursos naturales y culturales dice que son la base del:

Desarrollo turístico y, en función de su atractivo y singularidad, pueden tener una gran influencia en la elección del destino. Buena parte de estos son atractivos de carácter natural o cultural y, por su fragilidad e inestimable valor (normalmente cuanto más únicos y frágiles más atractivos) su protección y buena gestión ha de ser una prioridad. (pág. 21)

2.3.1.7 Instalaciones turísticas.

Teniendo en cuenta al Sistema Nacional de Información (SNI) (2021) menciona que las instalaciones turísticas son:

Construcciones, estructuras o superficies (distintas a las del equipamiento turístico) que son imprescindibles para que una actividad netamente turística pueda desarrollarse o que facilitan su práctica. Su objetivo es contribuir con la puesta en valor de un atractivo turístico, de tal modo de potenciar sus cualidades naturales, culturales o recreativas, generando un mayor número y/o duración de las visitas que permitan promover el desarrollo económico y turístico local sostenible. (pág. 9)

2.3.1.8 Actividad turística.

Tal como indican Gil, y otros (2021) que las: “Actividades que llevan a cabo los turistas durante el periodo que dura su viaje en un lugar fuera de su espacio rutinario, estas se efectúan con fines de recreación, diversión, descanso y otros motivos” (pág. 4).

2.3.1.9 Excursiones turísticas.

Como se señala en Educativo.net (2020) que el término excursiones turísticas puede englobar a:

Todos aquellos viajes de corta duración o visitas que se realizan a un lugar determinado como puede ser una reserva natural, un museo, un parque temático, etc. Asimismo, mediante las diferentes excursiones el turista puede percibir los diferentes atractivos que ofrecen el lugar y alrededores. Además, la planificación y organización propia de las excursiones permite al turista gozar del entorno y despreocuparse de horarios, medios de transporte y puntos de interés. (pág. 1)

2.3.1.10 Recreación turística.

De acuerdo con Mora (2015) dice que: “La recreación turística es la actividad base para fomentar el turismo y la actividad física, tiene como característica ser una actividad recreativa que nos ayuda el mejoramiento de la salud de las personas” (pág. 1).

2.3.1.11 Visitas.

Como plantea la Organización Mundial del Turismo (2021) dicen que: “Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares. El término “visita turística” hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico” (pág. 3).

2.3.1.12 Desplazamiento turístico.

Según señala Francesch (2004) dice que el: “Desplazamiento es lo que conecta a todos estos grupos e individuos, sean cuales fueren sus motivos individuales, su número, sus constricciones sociales, pautas culturales, medios disponibles y medios utilizados” (pág. 3).

2.3.1.13 Bienes turísticos

Como lo hace notar la Universidad Tecnológica ECOTEC (s.f.) dice que se consideran como bienes turísticos a:

Los elementos materiales que permiten dar respuesta a la función básica de producto turístico (aviones, barcos, alimentos, bebidas, mobiliario, vajillas, etc.) como a los que se necesitan para la satisfacción de su función complementaria (equipamientos comerciales e industriales para lavanderías, librerías, cines, etc.). (pág. 13)

2.3.1.14 Servicios turísticos.

Plantea Antonietti (2017) que los servicios turísticos son el:

Conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística, este va de la mano con el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, diversiones, enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones. (pág. 1)

2.3.2 Bases teóricas de la Variable Dependiente

2.3.2.1 Demanda turística.

Teniendo en cuenta a la Organización Mundial del Turismo (2021) señala que la Demanda turística se define como el conjunto de:

Turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado. (pág. 1)

Por otro lado, desde el punto de vista de Socatelli (2013) define a la demanda turística como el:

Grupo de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que los alientan a viajar y del lugar que visitan o proyectan visitar. (pág. 1)

2.3.2.2 Visitantes.

Con base a la Organización Mundial del Turismo (2021) da a conocer que un visitante es aquella persona que:

Recorre un destino principal distinto al de su entorno usual, por una duración inferior a un año, con cualquier fin principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Un visitante (interno, receptor o emisor) se compone como turista (o visitante que pernocta), o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario. (pág. 71)

Con base al Sistema Nacional de Información (SNI) (2021) señala que un visitante es aquella: “Persona que concurre a un destino o atractivo por una motivación turística. Los visitantes se clasifican en Turistas si su viaje incluye pernoctación y Excursionistas si la visita es sólo por el día” (pág. 9).

2.3.2.3 Destino turístico.

Desde el punto de vista de la Cooperación Suiza – SECO (2014) define a un destino turístico como:

Un espacio geográfico determinado con características y características particulares, que cuenta con atractivos y servicios que motivan y facilitan la estancia del turista. Asimismo, con medios que posibilitan su accesibilidad en adecuadas condiciones precio-valor, respaldo de la población local, implicada en el desarrollo de los

diferentes aspectos de la experiencia de visita del turista, y por último un distintivo que se mercantiliza teniendo en cuenta su carácter integral. (pág. 9)

Según Rivas (2016) nos dice que un destino turístico es ante todo un sistema complejo que está compuesto por cuatro elementos principales:

- a. La economía local, generada por las actividades de las propias empresas, por el mercado del trabajo y por el movimiento productivo.
- b. La sociedad, la gente y los residentes que viven en el destino.
- c. La naturaleza del destino y los recursos turísticos, entendiendo con ello no sólo el atractivo turístico fundamentando en la existencia de enclaves y parajes naturales de gran belleza, sino también los espacios urbanos adecuadamente aptos, construidos de modo equilibrado, limpios y ordenados.
- d. La notoriedad y la calidad del destino. (pág. 13)

2.3.2.4 Motivación turística.

De acuerdo con Socatelli (2013) indica que las motivaciones turísticas:

Son las motivaciones particulares que incitan a las personas a viajar y que a su vez definen el tipo de viaje que realizan, los lugares que visitan, las actividades y atracciones de las que gozan. Todo ello como resultado de satisfacer las necesidades que les estimularon a desplazarse hacia un lugar. (pág. 5)

2.3.2.5 Pernoctación.

En base a Eustat (s.f.) menciona que: “Se comprende por pernoctación, o plaza ocupada, cada noche que un viajero se hospeda en el establecimiento. De igual manera que, en las entradas de viajeros, las estancias se desglosan según el lugar usual de residencia (pág. 1)”.

2.3.2.6 Viaje.

Desde el punto de vista de Bembibre (2009) indica que:

Viajar es el acto de desplazarse de un espacio geográfico a otro por medio del uso de diferentes componentes que actúan como medios de transporte. Un viaje puede ser realizado de manera individual o grupal, como también puede tener distintos objetivos, diferente duración y diverso estilo dependiendo de cada caso. (pág. 1)

2.3.2.7 Entidades turísticas.

Tal como se indica en UECOTEC (2020) que por entidades turísticas se entiende como una:

Empresa turística a la unidad de producción que gestiona los factores productivos para convertirlos en bienes de consumo o servicios con el fin de satisfacer las demandas del cliente. La empresa turística es, por lo tanto, una unidad de producción tanto a nivel social como económico. Para su correcto funcionamiento debe gestionar recursos humanos (trabajadores), recursos económicos (capital) y recursos técnicos (maquinaria). (pág. 2)

Por otro lado, Corchero (2008) define el concepto jurídico de empresa turística, atendiendo a la doctrina de la empresa y otros aspectos de la empresa:

Se analizan los participantes de la misma, el empresario turístico (sujeto), el establecimiento turístico (el instrumento patrimonial organizado), la actividad turística (el objeto). También se definen las clases de empresas turísticas según su clasificación legal, empresas de alojamiento turístico, empresas de mediación entre el usuario y el ofertante del producto, las empresas de restauración y las empresas turísticas complementarias. (pág. 74)

2.3.2.8 Accesibilidad turística.

Alles (2009) nos menciona que la accesibilidad en el turismo debe entenderse desde un punto de vista global en donde abarque el:

Conjunto de instalaciones y servicios que configuran la oferta turística, desde las agencias de viaje y oficinas de información hasta los lugares de alojamiento, pasando por los distintos medios de transporte, estaciones, puertos, aeropuertos, establecimientos de restauración, servicios de ocio, etc. (pág. 216)

2.3.2.9 Comercialización.

En base a lo que menciona la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (2016) dice que la comercialización es:

Identificar las necesidades del cliente y satisfacerlas mejor que sus competidores para obtener una ganancia. El objetivo de la comercialización es generar lealtad del cliente para que sigan regresando y que se sientan tan contentos que recomiendan su negocio y muestren sus bienes y servicios a otros. (pág. 3)

2.3.2.10 Estadía.

Como señala Ucha (2015) que:

Si bien el término lo podemos usar en los más diferentes contextos para manifestar esa estancia en un lugar, debemos decir, que es en el ámbito turístico donde mayormente se lo aplica para dar cuenta justamente del tiempo en que un turista tiene previsto quedarse en una ciudad. (pág. 2)

Igualmente, Ferrer (2015) menciona que: “Es la permanencia de una persona fuera de su hogar, ya sea por motivo laboral, vacacional u otra circunstancia especial (pág. 1)”.

2.3.2.11 Necesidades turísticas.

Como dicen Kotler & Armstrong (2013) que:

La necesidad es un estado de carencia percibida. Complementando esta definición, los mencionados autores señalan que las necesidades humanas incluyen necesidades físicas básicas de alimentos, ropa, calor y seguridad; necesidades sociales de pertenencia y afecto, y necesidades individuales de conocimiento y autoexpresión. Estas necesidades son un componente básico del ser humano, no la inventaron los mercadólogos. (pág. 6)

2.3.2.12 Satisfacción turística.

Como expresan Morillo Marysela & Morillo (2016) acerca de la satisfacción turística que en un sentido amplio:

Es el cumplimiento de las expectativas del usuario, la satisfacción es un concepto psicológico, que en un sentido básico implica el sentimiento de bienestar y placer por obtener lo que se desea y espera de un producto o servicio.

La satisfacción precede a la calidad del servicio, e indica que la calidad se alcanza con la satisfacción total de las necesidades del cliente mediante la prestación de actividades esencialmente intangibles con un valor agregado y el cumplimiento de los requisitos adecuados al producto o servicio. (pág. 113)

CAPÍTULO III. METODOLOGIA

Según señala Forero (2007):

La Metodología es entendida como un concepto global referido al estudio del Método (o de los métodos) desde un proceso sistemático en el cual se adquieren modos y formas de conocimiento; el Método es considerado como el camino para obtener un fin de manera ordenada, desde un conjunto de reglas. (pág. 123)

La metodología hace referencia al cómo se obtiene los datos o información relevante dentro del proceso investigativo siendo de vital importancia el conocer exactamente cuáles son los sistemas operativos y metodológicos en el cual se desarrolla la investigación. Por ello, se eligió los siguientes métodos ya que van de la mano con la línea de investigación que se llevó a cabo.

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación permitió plantear las condiciones y la profundidad que tiene nuestro tema de estudio, desde temas de intervención del investigador, la recolección de datos, el número de estudio de datos o las variables de interés para nuestro trabajo, por todo ello es que nuestra investigación se basa principalmente en los siguientes tipos:

3.1.1 No experimental

Desde el punto de vista de Hernández y otros (2014) mencionan que: “La investigación no experimental es la que se efectuó sin manipular deliberadamente las variables independientes; se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, fenómenos o contextos que ya se dieron sin la participación directa del investigador” (pág. 165).

Este tipo de investigación se basó en la observación pura del fenómeno en su estado natural ya que se quiere comprender a profundidad el tema que se trata.

3.1.2 Retrospectivo

De acuerdo con Müggenburg & Pérez (2007) “los estudios retrospectivos o retrospectivos: son aquellos en los cuales se averigua sobre hechos acontecidos en el pasado”. (pág. 14)

Por otro lado, en el aspecto retrospectivo tenemos el análisis de todo lo que sea fuentes ya existentes del tema, en otras palabras, lo que sea ya estudios anteriores al nuestro o información secundaria ya existente que se pueda obtener de los Atractivos y de la Demanda turística de la Parroquia Casacay.

3.1.3 Transversal

Tal como plantean Hernández y otros (2014) que:

Los diseños de investigación transeccional o transversal recopilan datos en un tiempo único. Su objetivo es describir variables y analizar su repercusión e interrelación en un momento determinado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede. (pág. 154)

Esta hace referencia a la recolección de datos la cual se lleva una sola ocasión durante todo el estudio del proyecto de investigación la cual nos llevó a obtener muestras independientes de cada una de nuestras variables, es decir, muestra de los atractivos y muestra de la demanda turística de la Parroquia Casacay.

De igual manera, el contar con un enfoque de investigación es de vital importancia para conocer la profundidad del tema de estudio, por tanto se eligió el positivismo como paradigma principal para nuestra investigación ya que queremos mezclar desde el conocimiento adquirido de manera empírica hasta el que ya se encuentra fundamentado en

libros y demás. Además, de mencionar que nuestra investigación al ser de la corriente del positivismo contó con un enfoque mixto, es decir, que se utilizó datos cuantitativos y cualitativos que nos ayuda a reflejar y a describir de mejor manera el problema a resolverse.

Asimismo, con la corriente positivista se pretendió validar o descartar nuestra hipótesis planteada por medio de métodos estadísticos descriptivos e inferenciales tales como la correlación de las dos variables como son la de los Atractivos turísticos y la Demanda turística que tienen los mismos.

3.1.4 Enfoque mixto

Como expresan Arispe y otros (2020) que:

Este enfoque fusiona al cuantitativo y cualitativo; sin embargo, como menciona no solamente es la unión de los dos enfoques, sino que involucra su interacción y potenciación. Este enfoque tiene varias secuencias, puesto que lo cuantitativo puede preceder a lo cualitativo o viceversa. (pág. 60)

Como bien se sabe, el enfoque mixto trata de fusionar los dos enfoques predominantes dentro de la investigación como son el enfoque cuantitativo y cualitativo, esto a fin de obtener más de una perspectiva del estudio pues se quiso mezclar los datos empíricos que se obtuvieron por medio de la observación con los datos numéricos de la muestra estudiada.

3.1.5 Inductivo-Deductivo

Desde la posición de Hernández y otros (2014) dicen que:

El enfoque cuantitativo fundado en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas. Por otro lado, el enfoque cualitativo se basa en un esbozo inductivo y su método de investigación es interpretativo, contextual y etnográfico. Este método captura la experiencia de los individuos y estudia ambientes naturales. Ejemplos del enfoque cualitativo son las entrevistas y la observación no estructurada. (pág. 10)

Este método se basó principalmente en el razonamiento deductivo por medio de premisas para llegar a una conclusión, es decir, que permite ir de lo general a lo específico; sin embargo al ser también de carácter inductivo esta tuvo una retroalimentación de la misma, en otras palabras va de lo específico a lo general para de esta manera obtener una conclusión que se adapte no solo en un solo sentido sino que sea desde varios puntos de vista para tratar de evitar algún posible sesgo dentro de la investigación pues al ser una indagación que trata sobre los atractivos y su incidencia sobre la demanda turística se utilizó un método que vaya en doble sentido.

3.1.6 Analítico-Sintético

Según Arispe y otros (2020) manifiestan que “En él se descompone el objeto de estudio para indagarlo de manera autónoma en cada uno de sus partes, posteriormente se combinan sus partes para estudiarlas de manera integral (holística)” (pág. 57).

Por otro lado, el analítico-sintético se mostró una simbiosis del tema de estudio desde la manera individual y se mostró cómo se compone el mismo dándonos una percepción más amplia del tema, que posteriormente en el apartado sintético nos sirvió para estudiarlo de una manera global como un todo, es decir, holísticamente a fin de obtener los datos de estudio necesarios, ya que al tratar un tema general como es la demanda y lo que compone la misma este tipo de método es el esencial donde se comprendió las aristas que tuvo el

tópico y así mismo al momento de realizar las encuestas nos sirvió para manejar de mejor manera el estudio.

3.2 Diseño de investigación

El diseño de la investigación hace referencia a los métodos y técnicas escogidas por un investigador para combinarlas de manera lógica y racional para que el problema sea manejado de una manera óptima y eficiente, en otras palabras, es una pequeña guía sobre cómo llevar a cabo la indagación con una metodología en específico.

3.2.1 Campo

Citando a Jiménez & Suárez (2014) señalan que:

La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (págs. 4-5)

En el proceso investigativo se utilizó la técnica de la encuesta la cual comprende las siguientes actividades: diseñar la investigación, seleccionar la muestra, recolectar datos, codificar los datos recabados y por último presentar los resultados. Es decir, los datos se obtuvieron de manera directa del lugar que se investigó, sin controlar ni manipular las variables.

3.2.2 Documental

Tal como indican Jiménez & Suárez (2014) que:

La investigación documental, es estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos. Tomando en cuenta, lo anterior, es importante destacar, que toda investigación documental debe tener, obligatoriamente, antecedentes. (pág. 7)

En la investigación se utilizó la recopilación y análisis de documentos como fuentes primarias y como una subclasificación de este tipo se tiene a la investigación bibliográfica, pues esta consiste en explorar, revisar y analizar libros, revistas científicas, y demás textos en formato impreso o material en línea que nos ayudan a sustentar nuestra investigación.

El nivel de investigación va de acuerdo con la línea de investigación, análisis estadístico y los objetivos estadísticos planteados lo cual nos obligó a llevar un control sobre el análisis de estudio y la relación que tiene de acuerdo con los que se quiere llegar con el estudio desde un producto hasta pequeñas sugerencias o recomendaciones a tomar.

3.2.3 Exploratorio

Desde el punto de vista de Supo (2012) este diseño “Se plantea cuando se observa un fenómeno que debe ser analizado, por tanto, es fenomenológico; su función es el reconocimiento e identificación de problemas” (pág. 2).

Es nivel exploratorio porque el estudio se lo realizó de manera superficial y no se intervino directamente en el mismo, sino más bien se lo analizó hasta el punto de conocer a fondo dicho tema lo cual lo hace un estudio de carácter cualitativo.

3.2.4 Descriptivo

Como dicen Jiménez & Suárez (2014):

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los

resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (pág. 74)

En cuanto a este nivel descriptivo se describió a la perfección el problema o fenómeno social en un tiempo y espacio determinado a fin de conocer todos los componentes necesarios para llegar a dicha situación de la investigación.

3.2.5 Correlacional

Desde el punto de vista de Contreras (2017) nos dice que:

El fin es conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. En ocasiones sólo se distingue la relación entre dos variables, pero con regularidad se ubican en el estudio relaciones entre tres, cuatro o más variables. (págs. 31-32)

Por el lado del nivel correlacional se trató de mostrar la dependencia probabilística entre las dos variables “Atractivos turísticos y la Demanda turística”. Asimismo, en este nivel se aplicó métodos estadísticos como la correlación de Rho de Spearman.

3.2.6 Unidad de observación

La unidad de observación es el espacio dimensional en donde se evaluaron las variable de estudio, es decir el espacio y tiempo determinado para poner a prueba nuestras variables tanto la de Atractivos turísticos como de la Demanda turística.

3.3 Técnicas de recolección de Datos

3.3.1 Técnicas

Encuesta: Se aplicó encuestas a la población y turistas de la Parroquia Casacay que nos brindan información de primera mano tanto para la variable independiente (Atractivos turísticos) como para la dependiente (Demanda turística).

3.3.2 Instrumentos

Cuestionario: Se elaboró un cuestionario tanto para la variable independiente como para la dependiente la cual está conformada por 3 dimensiones, 10 indicadores y 10 ítems. Los cuáles son calificados por una escala de Likert conformado por: Muy malo (1), Malo (2), Regular (3), Bueno (4) y Muy bueno (5), mismos datos son procesados mediante los programas de Microsoft Excel y IBM SPSS Statistics v.26. (**Anexo 7 y 8**)

3.4 Validez y confiabilidad de instrumentos.

3.4.1 Validez de instrumentos

La validación de los instrumentos de investigación se realizó a través de expertos de la carrera de Turismo de la Universidad Nacional de Chimborazo, con relación a la experticia del tema en base a su formación profesional. Se detalla a continuación:

Tabla 1

Validación de expertos

Nº	Docente experto	Cargo
1	PhD. Silvia Marieta Aldaz Hernández	Docente de la carrera de turismo (UNACH)
2	Mg. Henry Mauricio Villa Yáñez	Docente de la carrera de turismo (UNACH)
3	Mgs. Fanny Marylin Lascano Vera	Docente de la carrera de turismo (UNACH)

De acuerdo con los resultados obtenidos por parte de los expertos se concluye que los instrumentos de investigación cumplen con todos los parámetros establecidos desde un diseño adecuado, relación con las variables planteadas, ítems directamente relacionados con

los indicadores, además son de carácter sencillo y fácil comprensión lo que permite realizar la aplicación de estos para la obtención de los datos y posterior el respectivo análisis. En los (*Anexo 9 y Anexo 10*) podemos evidenciar la validación de los expertos.

3.4.2 *Confiabilidad de instrumentos*

La confiabilidad de los instrumentos se determinó a través del uso del SPSS v.26 mediante el análisis del Coeficiente del Alfa de Cronbach, bajo los siguientes criterios de fiabilidad:

Tabla 2

Criterios de Coeficiente de Alfa de Cronbach

Coeficiente	Criterios
Coeficiente alfa > 0,9	Excelente
Coeficiente alfa > 0,8	Bueno
Coeficiente alfa > 0,7	Aceptable
Coeficiente alfa > 0,6	Cuestionable
Coeficiente alfa > 0,5	Inaceptable

Nota. De “Validez y confiabilidad del cuestionario Florida versión en español” (pág. 134), por D, Castillo y otros, 2018, *Revista Colombiana de Cardiología*, 25(2).

3.4.2.1 Alfa de Cronbach Variable Independiente: Atractivos Turísticos.

Se encuestó a 10 habitantes de la Parroquia Casacay para obtener la confiabilidad del cuestionario correspondiente a la variable Atractivos turísticos.

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,853	10

En la aplicación del Coeficiente de Alfa de Cronbach se obtuvo como resultado 0,853, el cual en base a los criterios de Alfa se encuentra dentro del rango Bueno, lo que permite la aplicación de la encuesta.

3.4.2.2 Alfa de Cronbach Variable Dependiente: Demanda Turística.

Se encuestó a 10 turistas que ingresan a la Parroquia Casacay para obtener la confiabilidad del cuestionario correspondiente a la variable Demanda turística.

Tabla 4

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,812	10

En la aplicación del Coeficiente de Alfa de Cronbach se obtuvo como resultado 0,812, el cual en base a los criterios de Alfa se encuentra dentro del rango Bueno, lo que permite la aplicación de la encuesta.

3.5 Operacionalización de variables y matriz de consistencia

Para la realización de la investigación se basó principalmente en la utilización de la matriz de operacionalización de variables, la misma que se subdivide en las variables, definición de las variables, categorías o dimensiones, indicadores, métodos, técnicas e instrumentos a utilizarse, de igual manera, se hizo uso de la matriz de consistencia en las cuales detallamos los problemas, dimensiones, hipótesis, metodología y poblaciones de cada

variable. En los (*Anexo 2,3, y 4*) se presencia la matriz de operacionalización de variables y la matriz de consistencia de manera detallada.

3.6 Población de estudio y tamaño de muestra

3.6.1 Unidad de análisis

Es la unidad determinada por el investigador para ser objeto de estudio que sirve para y la recolección de data relevante para la misma, en este caso las poblaciones o universo de cada una de nuestras variables como son:

Variable independiente “Atractivos turísticos”: La unidad de análisis para los Atractivos turísticos se consideró a los habitantes de la Parroquia Casacay.

Variable dependiente “Demanda turística”: La unidad de análisis para la Demanda turística se consideró a los turistas que ingresan a la Parroquia Casacay.

3.6.2 Población de estudio

3.6.2.1 Población de la variable independiente: Atractivos turísticos.

La población de estudio correspondiente a la variable independiente se consideró a los habitantes de la Parroquia Casacay, que según los datos oficiales del último Censo Poblacional mencionan que la parroquia Casacay tenía una población de 2 457 habitantes, este dato corresponde al año 2010. Los datos que proyecta el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) para el año 2022 son de: 2 960 habitantes con una tasa de crecimiento del 1.67%.

3.6.2.2 Selección de la muestra: Atractivos turísticos.

Citando a Carpio & Hernández (2019) se tiene que el:

Muestreo intencional o de conveniencia, se caracteriza por buscar con mucha dedicación el conseguir muestras representativas. Es decir, cumplen con características de interés del investigador, además de seleccionar intencionalmente a los individuos de la población a los que generalmente se tiene fácil acceso o a través de convocatorias abiertas, en el que las personas acuden voluntariamente para participar en el estudio, hasta alcanzar el número necesario para la muestra. (pág. 78)

La muestra que se aplicó es de carácter no probabilístico debido a que se selecciona la misma población de Casacay, de acuerdo con criterio del investigador, es decir, sin utilizar un método estadístico sino más bien de acuerdo con las necesidades de nuestra investigación para ello se utilizó encuestas físicas a 50 personas específicamente a los habitantes que se encuentre alrededor de los atractivos turísticos de Casacay menos desarrollados o explotados por facilidad de acceso a las mismas, en este caso, se consideró a esta cantidad de personas por motivos de migración y por pandemia, teniendo a la muestra distribuida de la siguiente manera:

Tabla 5

Muestra de la variable independiente

Habitantes	Representantes	Atractivos turísticos	Número de encuestas
Lotización La Esperanza	Sra. Norma Guzmán	El Refugio	20
Sitio Huizho	Sr. Elías Argudo	Laguna del Amor	15
Sitio San Tin Tin	Sr. Blasco Sánchez	Pailones del Río Tobar	15

3.6.2.3 Población de la variable dependiente: Demanda turística.

La Parroquia Casacay posee una visitación irregular por temporada debido a que en temporada alta puede llegar a tener una fluctuación de hasta 2500 visitantes semanales,

mientras que en temporada baja o normal se mantiene con una media de 120 visitantes semanales y en ciertas ocasiones la demanda es nula según datos otorgados por el GAD Parroquial de Casacay. En este caso, se debe tener en cuenta las situaciones que se presentaron en el país como es el caso del paro nacional y pandemia que afectaron directamente al turismo de Casacay.

3.6.2.4 Selección de la muestra: Demanda turística.

Citando a Carpio & Hernández (2019) se tiene que el:

Muestreo intencional o de conveniencia, se caracteriza por buscar con mucha dedicación el conseguir muestras representativas. Es decir, cumplen con características de interés del investigador, además de seleccionar intencionalmente a los individuos de la población a los que generalmente se tiene fácil acceso o a través de convocatorias abiertas, en el que las personas acuden voluntariamente para participar en el estudio, hasta alcanzar el número necesario para la muestra. (pág. 78)

Por otro lado, en la muestra de la variable dependiente también se aplicó un procedimiento no probabilístico basado en las necesidades del investigador, principalmente porque el destino turístico Casacay posee una demanda irregular lo cual dificulta en cierto modo la recolección de datos, es por ello, que se ha decidido encuestar a 50 visitantes que ingresan a los diversos atractivos turísticos de la Parroquia Casacay.

3.7 Hipótesis

3.7.1 General

- **H₁** Los atractivos turísticos se relacionan con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.
- **H₀** Los atractivos turísticos no se relacionan con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.

3.7.2 Específicas

- **He₁** El producto turístico se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.
- **He₀** El producto turístico no se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.
- **He₁** El turista se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.
- **He₀** El turista no se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.
- **He₁** El flujo turístico se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.
- **He₀** El flujo turístico no se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro

3.8 Métodos de análisis

Como método para el análisis no paramétrico de las hipótesis se acudió al estadígrafo Rho de Spearman a fin de verificar la relación entre las variables de estudio, la misma que se basa en los siguientes parámetros:

Tabla 6*Interpretación del coeficiente de correlación de Rho de Spearman*

Valor de rho	Criterio
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota. De “Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores” (pág. 185), por A, Martínez & W, Campos, 2015, *Revista mexicana de ingeniería biomédica*, 36 (3).

3.9 Procesamiento de datos

3.9.1 Hipótesis específica 1

1. Planteamiento de hipótesis

He₁ El producto turístico se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.

He₀ El producto turístico no se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.

2. Margen de error

Alfa: 5% → 0,05

3. Estadístico de prueba

Se utilizó el estadístico IBM SPSS Statitics v.26 para la prueba de hipótesis

4. Lectura p_valor

p_valor= 0,538

Tabla 7*Prueba de hipótesis específica 1*

			Producto turístico	Demanda turística
Rho de Spearman	Producto turístico	Coefficiente de correlación	1,000	-,089
		Sig. (bilateral)	.	,538
		N	50	50
	Demanda turística	Coefficiente de correlación	-,089	1,000
		Sig. (bilateral)	,538	.
		N	50	50

5. Toma de decisión

El nivel de significancia obtenida es de 0,538 la cual es mayor al margen de error de 0,05, por ende se rechaza la hipótesis de investigación (H_i) y se acepta la hipótesis nula (H₀) “El producto turístico no se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay,

cantón Pasaje, provincia El Oro”, asimismo, se obtiene un coeficiente de correlación de -0,089, por tanto existe una correlación negativa muy baja.

3.9.2 Hipótesis específica 2

1. Planteamiento de hipótesis

He₁ El turista se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.

He₀ El turista no se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.

2. Margen de error

Alfa: 5% → 0,05

3. Estadístico de prueba

Se utilizó el estadístico IBM SPSS Statitics v.26 para la prueba de hipótesis

4. Lectura p_valor

p_valor= 0,876

Tabla 8

Prueba de hipótesis específica 2

			Turista	Demanda turística
Rho de Spearman	Turista	Coefficiente de correlación	1,000	-,023
		Sig. (bilateral)	.	,876
		N	50	50
	Demanda turística	Coefficiente de correlación	-,023	1,000
		Sig. (bilateral)	,876	.
		N	50	50

5. Toma de decisión

El nivel de significancia obtenida es de 0,876 la cual es mayor al margen de error de 0,05, por ende se rechaza la hipótesis de investigación (H_i) y se acepta la hipótesis nula (H₀) “El turista no se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro”, asimismo, se obtiene un coeficiente de correlación de -0,023, por tanto existe una correlación negativa muy baja.

3.9.3 Hipótesis específica 3

1. Planteamiento de hipótesis

He₁ El flujo turístico se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.

He₀ El flujo turístico no se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.

2. Margen de error

Alfa: 5% → 0,05

3. Estadístico de prueba

Se utilizó el estadístico IBM SPSS Statitics v.26 para la prueba de hipótesis

4. Lectura p_valor

p_valor= 0,702

Tabla 9*Prueba de hipótesis específica 3*

			Flujo turístico	Demanda turística
Rho de Spearman	Flujo turístico	Coefficiente de correlación	1,000	-,055
		Sig. (bilateral)	.	,702
		N	50	50
	Demanda turística	Coefficiente de correlación	-,055	1,000
		Sig. (bilateral)	,702	.
		N	50	50

5. Toma de decisión

El nivel de significancia obtenida es de 0,702 la cual es mayor al margen de error de 0,05, por ende se rechaza la hipótesis de investigación (H_i) y se acepta la hipótesis nula (H_0) “El flujo turístico no se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro”, asimismo, se obtiene un coeficiente de correlación de -0,055, por tanto existe una correlación negativa muy baja.

3.9.4 Hipótesis general**1. Planteamiento de hipótesis**

He₁ Los atractivos turísticos se relacionan con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.

He₀ Los atractivos turísticos no se relacionan con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.

2. Margen de error

Alfa: 5% → 0,05

3. Estadístico de prueba

Se utilizó el estadístico IBM SPSS Statitics v.26 para la prueba de hipótesis

4. Lectura p_valor

p_valor= 0,702

Tabla 10*Prueba de hipótesis general*

			Atractivos turísticos	Demanda turística
Rho de Spearman	Atractivos turísticos	Coefficiente de correlación	1,000	,000
		Sig. (bilateral)	.	1,000
		N	50	50
	Demanda turística	Coefficiente de correlación	,000	1,000
		Sig. (bilateral)	1,000	.
		N	50	50

5. Toma de decisión

El nivel de significancia obtenida es de 1 la cual es mayor al margen de error de 0,05, por ende se rechaza la hipótesis de investigación (H_i) y se acepta la hipótesis nula (H_0) “Los atractivos turísticos no se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro”, asimismo, se obtiene un coeficiente de correlación de 0, por tanto existe una correlación nula.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis e interpretación de resultados

Los resultados obtenidos a través de la aplicación de encuestas dirigidas tanto para los habitantes de la Parroquia Casacay como para los turistas/visitantes que ingresan a los diferentes atractivos turísticos que posee la parroquia se registran en una base de datos de Excel los cuales luego fueron analizados a través del IBM SPSS Statistics v.26 donde se obtuvieron diferentes tablas y gráficos con relación a cada uno de los ítems planteados en las encuestas con su respectiva interpretación. En los (*Anexo 11 y Anexo 12*) se evidencian las tabulaciones de las encuestas correspondientes a las variables de estudio con sus respectivas tablas y gráficas.

4.1.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente “Atractivos turísticos”

A continuación, se da a conocer los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas a los habitantes de la Parroquia Casacay de una manera sintetizada, los resultados se observan en la parte de anexos con sus respectivas tablas, gráficos e interpretaciones de cada uno de los ítems:

Tabla 11

Resumen, interpretación y análisis de los resultados

Variable Independiente: Atractivos turísticos		
N°	Ítems	Interpretaciones
INFORMACIÓN GENERAL		
1	Género	<p>Se observa que según el número de encuestados el:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 64% son de género femenino • 36% son del género masculino. <p>Se concluye que la mayoría de los encuestados con un 64% corresponde al género femenino.</p>
2	Edad	<p>Se observa que según el número de encuestados el:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 44% está entre los 51 o más años • 22% está entre los 31 a 40 años • 20% entre los 18 a 30 años • 14% de 41 a 50 años. <p>Se concluye que la mayoría de encuestados con un 44% tienen una edad de 51 años o más.</p>
3	Nivel de instrucción	<p>Se observa que según el número de encuestados el:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 50% tienen un nivel de instrucción primaria • 38% tienen un nivel de instrucción secundaria • 12% tienen un nivel de instrucción superior universitaria. <p>Se concluye que la mayoría de los encuestados con un 50% tienen un nivel de instrucción primaria.</p>
INFORMACIÓN ESPECIFICA		
PRODUCTO TURÍSTICO		
1	Estado de conservación de los elementos materiales e inmateriales en la Parroquia Casacay	<p>Según la opinión de los encuestados con un:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4% es muy malo • 26% es malo • 48% es regular • 18% es bueno • 4% es muy bueno

Se concluye que la mayoría de encuestados con un 48% opinan que el estado de conservación de los elementos materiales e inmateriales es regular.

- | | | |
|---|--|--|
| 2 | Uso de los recursos naturales y culturales en la Parroquia Casacay | Según la opinión de los encuestados con un: <ul style="list-style-type: none">● 0% es muy malo● 18% es malo● 42% es regular● 36% es bueno● 4% es muy bueno Se concluye que la mayoría de encuestados con un 42% opinan que el uso de los recursos naturales y culturales es regular. |
| 3 | Estado de las instalaciones turísticas en la Parroquia Casacay | Según la opinión de los encuestados con un: <ul style="list-style-type: none">● 8% es muy malo● 18% es malo● 34% es regular● 40% es bueno● 0% es muy bueno Se concluye que la mayoría de encuestados con un 40% opinan que el estado de las instalaciones turísticas es bueno. |
| 4 | Actividad turística en la Parroquia Casacay | Según la opinión de los encuestados con un: <ul style="list-style-type: none">● 4% es muy malo● 6% es malo● 50% es regular● 38% es bueno● 2% es muy bueno Se concluye que la mayoría de encuestados con un 50% opinan que la actividad turística es regular. |

TURISTA

- | | | |
|---|--|--|
| 5 | Excursiones turísticas en la Parroquia Casacay | Según la opinión de los encuestados con un: <ul style="list-style-type: none">● 0% es muy malo● 14% es malo● 52% es regular● 32% es bueno● 2% es muy bueno Se concluye que la mayoría de encuestados con un 52% opinan que las excursiones turísticas son regulares. |
| 6 | Recreación turística en la Parroquia Casacay | Según la opinión de los encuestados con un: <ul style="list-style-type: none">● 2% es muy malo● 22% es malo● 40% es regular● 36% es bueno● 0% es muy bueno Se concluye que la mayoría de encuestados con un 40% opinan que la recreación turística es regular. |
| 7 | Visitas turísticas en la Parroquia Casacay | Según la opinión de los encuestados con un: <ul style="list-style-type: none">● 50% es muy malo● 22% es malo● 10% es regular● 18% es bueno● 0% es muy bueno Se concluye que la mayoría de encuestados con un 50% opinan que las visitas turísticas son muy malas. |

FLUJO TURÍSTICO

8	Desplazamiento de turistas en la Parroquia Casacay	<p>Según la opinión de los encuestados con un:</p> <ul style="list-style-type: none">• 0% es muy malo• 26% es malo• 30% es regular• 42% es bueno• 2% es muy bueno <p>Se concluye que la mayoría de encuestados con un 42% opinan que el desplazamiento de turistas es bueno.</p>
9	Estado de los bienes turísticos en la Parroquia Casacay	<p>Según la opinión de los encuestados con un:</p> <ul style="list-style-type: none">• 12% es muy malo• 32% es malo• 36% es regular• 20% es bueno• 0% es muy bueno <p>Se concluye que la mayoría de encuestados con un 36% opinan que estado de los bienes turísticos es regular.</p>
10	Estado de los servicios turísticos en la Parroquia Casacay	<p>Según la opinión de los encuestados con un:</p> <ul style="list-style-type: none">• 4% es muy malo• 20% es malo• 30% es regular• 42% es bueno• 4% es muy bueno <p>Se concluye que la mayoría de encuestados con un 42% opinan que el estado de los servicios turísticos es bueno.</p>

4.1.2 Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable dependiente “Demanda turística”

A continuación, se da a conocer los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas a los turistas/visitantes que ingresan a los diferentes atractivos turísticos de la Parroquia Casacay de una manera sintetizada, los resultados observan en la parte de anexos con sus respectivas tablas, gráficos e interpretaciones de cada uno de los ítems:

Tabla 12

Resumen, interpretación y análisis de los resultados

Variable dependiente: Demanda turística		
N°	Ítems	Interpretaciones
INFORMACIÓN GENERAL		
1	Género	<p>Se observa que según el número de encuestados el:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 58% son de género femenino • 42% son del género masculino. <p>Se concluye que la mayoría de los encuestados con un 58% corresponde al género femenino.</p>
2	Edad	<p>Se observa que según el número de encuestados el:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 34% está entre los 18 a 30 años, • 26% está entre los 41 a 50 años • 20% entre los 31 a 40 años • 20% entre 51 o más años. <p>Se concluye que la mayoría de encuestados con un 34% tienen una edad de 18 a 30 años.</p>
3	Nivel de instrucción	<p>Se observa que según el número de encuestados el:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 46% corresponde a un nivel de instrucción secundaria • 24% es de superior no universitaria • 22% corresponde a primaria • 6% superior universitaria y el 2% de postgrado. <p>Se concluye que la mayoría de los encuestados tienen un nivel de instrucción secundaria.</p>
INFORMACIÓN ESPECIFICA		
VISITANTES		
1	Calidad del servicio para la pernoctación en la Parroquia Casacay	<p>Según la opinión de los encuestados con un:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 0% es muy malo • 8% es malo • 6% es regular. • 70% es bueno • 16% es muy bueno <p>Se concluye que la mayoría de encuestados con un 70% opinan que la calidad del servicio para la pernoctación es buena.</p>
2	Calidad del viaje hacia la Parroquia Casacay	<p>Según la opinión de los encuestados con un:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 0% es muy malo • 0% es malo • 6% es regular • 54% es bueno • 40% es muy bueno <p>Se concluye que la mayoría de encuestados con un 54% opinan que la calidad del viaje es buena.</p>

- 3 Calidad del servicio de las entidades turísticas en la Parroquia Casacay Según la opinión de los encuestados con un:
- 4% es muy malo
 - 14% es malo
 - 24% es regular
 - 42% es bueno
 - 16% es muy bueno
- Se concluye que la mayoría de encuestados con un 42% opinan que la calidad de las entidades turísticas es buena.

DESTINO TURÍSTICO

- 4 Calidad de la accesibilidad turística en la Parroquia Casacay Según la opinión de los encuestados con un:
- 0% es muy malo
 - 0% es malo
 - 12% es regular
 - 52% es bueno
 - 36% es muy bueno
- Se concluye que la mayoría de encuestados con un 52% opinan que la calidad de la accesibilidad turística es buena.
- 5 Calidad de los servicios turísticos en la Parroquia Casacay Según la opinión de los encuestados con un:
- 0% es muy malo
 - 2% es malo
 - 16% es regular
 - 68% es bueno
 - 14% es muy bueno
- Se concluye que la mayoría de encuestados con un 68% opinan que la calidad de los servicios turísticos es buena.
- 6 Comercialización de la Parroquia Casacay Según la opinión de los encuestados con un:
- 0% es muy malo
 - 8% es malo
 - 38% es regular
 - 50% es bueno
 - 4% es muy bueno
- Se concluye que la mayoría de encuestados con un 50% opinan que la comercialización es buena.
- 7 Calidad del servicio para la estadía en la Parroquia Casacay Según la opinión de los encuestados con un:
- 0% es muy malo
 - 8% es malo
 - 26% es regular
 - 66% es bueno
 - 0% es muy bueno
- Se concluye que la mayoría de encuestados con un 66% opinan que la calidad de servicio para la estadía es buena.

MOTIVACIÓN TURÍSTICA

- 8 Satisfacción de las necesidades turísticas en la Parroquia Casacay Según la opinión de los encuestados con un:
- 0% es muy malo
 - 2% es malo
 - 26% es regular
 - 56% es bueno
 - 16% es muy bueno
- Se concluye que la mayoría de encuestados con un 56% opinan que la satisfacción de las necesidades turísticas es buena.
- 9 Satisfacción turística en la Parroquia Casacay Según la opinión de los encuestados con un:

- 2% es muy malo
- 0% es malo
- 10% es regular
- 66% es bueno
- 22% es muy bueno

Se concluye que la mayoría de encuestados con un 66% opinan que la satisfacción turística es buena.

10 Actividades turísticas en la Parroquia Casacay

Según la opinión de los encuestados con un:

- 2% es muy malo
- 8% es malo
- 28% es regular
- 44% es bueno
- 18% es muy bueno

Se concluye que la mayoría de encuestados con un 44% opinan que las actividades turísticas son buenas.

4.2 Discusión

En lo que respecta a la interpretación de los resultados de cada uno de los ítems propuestos se determinó que no existe relación entre los atractivos turísticos y la demanda turística, pero en realidad se interpreta que existe falencias en los atractivos turísticos que hacen que la demanda sea muy baja o solo lleguen por temporalidades, es por esta razón, que se realizó la aplicación de encuestas para evidenciar la opinión tanto de la población local como de los turistas/visitantes que llegan al destino, en la cual se pudo determinar que existe un deficiente mantenimiento de los atractivos turísticos por parte del GAD que hacen que su imagen no sea adecuada y por ende genera un bajo flujo de turismo, una deficiente cultura turística por parte de los prestadores de servicios turísticos que hace que la atención a los turistas no sea satisfactoria, además, que no cuenta con estudios de capacidad de carga lo que genera desconocimiento del ingreso de turistas a los diferentes atractivos turísticos. En conclusión, por medio de este análisis se ha visto la necesidad de realizar *“Estrategias para potenciar los atractivos turísticos y demanda turística en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro”* que contribuyan a su desarrollo conjuntamente con el GAD Parroquial Rural de Casacay, Población local y demás personas interesadas.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- En conclusión, no se ha encontrado relación alguna entre los atractivos turísticos y la demanda turística en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro, pues, el análisis estadístico arrojó una correlación nula entre las mismas lo cual nos da a entender que el origen de la deficiente demanda turística puede estar enfocada en otras debilidades como una superestructura turística desorganizada por parte del GADPR Casacay.
- De igual manera, se menciona que no se encuentran relacionadas la dimensión de producto turístico con demanda turística en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro, debido a que, el análisis estadístico arrojó una correlación negativa muy baja lo cual puede significar que los productos turísticos ofrecidos en la zona de estudio no van acorde a las necesidades que pueden tener los turistas que acuden al mismo, por lo cual se recomienda realizar un estudio de mercado enfocado a los clientes a través de una ficha de registro de turistas hacia los diferentes atractivos.
- Por otro lado, tampoco hubo una correlación entre la dimensión turista y la demanda turística de la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro, pues al igual que la anterior esta marcó una correlación negativa muy baja, la cual hace alusión a que el turista no se encuentra atraído a formar parte de una demanda turística recurrente dentro de la parroquia sino más bien a uno casual o de paso, ya sea por el deficiente servicio turístico prestado, ineficaz servicio de seguridad para los turistas, entre otros factores a tomarse en cuenta.
- Finalmente, la dimensión de flujo turístico y la demanda turística en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro, sigue teniendo una correlación negativa muy baja por lo cual se afirma que el destino de Casacay sigue estancado en un atractivo de baja jerarquía ya que tiene un pobre desarrollo turístico comparado con sus competidores cercanos tales como Las Cavernas de Chillayacu, La Ruta del Arándano, Cascadas de Río Pindo, etc.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda, hacer énfasis en las debilidades que afectan a la demanda turística de la Parroquia Casacay, especialmente empezando por los actores del turismo en donde mejoren el mantenimiento de los atractivos turísticos pues es esta la principal razón por lo cual muchos turistas deciden tomar a Casacay como un destino de paso por escasa innovación.
- De igual manera, se podría recomendar llevar un mejor control del ingreso de los turistas o visitantes a los diferentes atractivos turísticos que posee Casacay, de tal manera, que nos permitan conocer sus preferencias y lograr ofertar un mejor producto turístico acorde a sus necesidades e intereses logrando así su plena satisfacción, asimismo, controlar la capacidad de carga hacia los mismos.
- Asimismo, se recomienda fortalecer los servicios turísticos ofrecidos dentro de la zona de estudio, no solo en el aspecto de un servicio de calidad sino

también en el de diversificar el mercado para de esta manera llegar a más turistas y desarrollar el destino turístico de Casacay.

- Finalmente, realizar estrategias para potenciar los atractivos turísticos y la demanda turística en la Parroquia Casacay, de tal manera, sirva de guía para los actores locales en función de que cumplan y satisfagan los deseos y necesidades de los turistas.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

6.1 Propuesta

1. Título de la propuesta

“Estrategias para potenciar los atractivos turísticos y la demanda turística en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro”

2. Introducción

La Parroquia Casacay se caracteriza por poseer un clima agradable para sus visitantes debido a su ubicación geográfica, por eso gracias a la bondad climática que posee le ha permitido convertirse en un centro de encanto turístico donde podemos encontrar una diversidad de flora y fauna lo que permite gozar de la naturaleza en su estado puro. Es por esta razón, que la propuesta del proyecto de investigación está orientada a la realización de estrategias turísticas que ayuden a mejorar el desarrollo de los atractivos turísticos y aumento de la demanda turística en la Parroquia Rural de Casacay.

En primera instancia, una de las estrategias está enfocada en el mejoramiento de los atractivos turísticos que posee la Parroquia Casacay, pues como es de conocimiento este sector sobresale con lo que respecta al turismo rural y de naturaleza, por ende se plantea crear programas de mejora de las facilidades turísticas como es el caso de la ubicación de tachos de basura ecológicos que motiven al reciclaje y por otro lado el mantenimiento del sendero que dirige a los atractivos, de tal forma, que logremos dar una mejor imagen y una experiencia única a los visitantes.

Asimismo, la elaboración de una ficha de registro del ingreso de turistas a los diferentes atractivos lo cual permite llevar un control de la capacidad de carga en los mismos, y a su vez, conocer el motivo de viaje, preferencia de viaje, y procedencia de los visitantes lo que nos facilita conocer el perfil del turista que llega a la Parroquia y poder crear productos acordes al tipo de turista. Por otro parte, en cuanto a la última estrategia corresponde a fortalecer la cultura turística en los prestadores de servicios turísticos y población local en general a través de capacitaciones para mejorar la calidad del servicio.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Realizar estrategias para potenciar los atractivos turísticos y la demanda turística en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro

3.2 Objetivos específicos

- Mejorar la imagen de los atractivos turísticos en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.
- Elaborar un registro de ingreso de turistas en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.
- Fortalecer la cultura turística en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.

4. Justificación

La propuesta que se realiza tiene como objetivo realizar estrategias que potencien los atractivos turísticos y la demanda turística en el lugar de estudio conjuntamente con el GAD Parroquial tomando como referencia el análisis del diagnóstico situacional FODA, los resultados de la aplicación de las encuestas y el previo análisis documental, de tal manera,

que ayude al logro de un objetivo en común y sirva de guía para los actores locales en el cumplimiento y satisfacción de los deseos y necesidades de los turistas.

5. Reseña histórica de la Parroquia Casacay

Según el GAD Parroquial Rural de Casacay (2015) menciona que:

La parroquia Casacay, se encuentra ubicada al norte de la provincia de El Oro, pertenece al Cantón Pasaje y ocupa el noreste del territorio cantonal, con una superficie de 6 114,36 hectáreas, donde se desarrollan importantes actividades productivas dentro del sector agrícola, pecuario y turístico que la han convertido en importante centro de desarrollo del cantón Pasaje y provincia de El Oro.

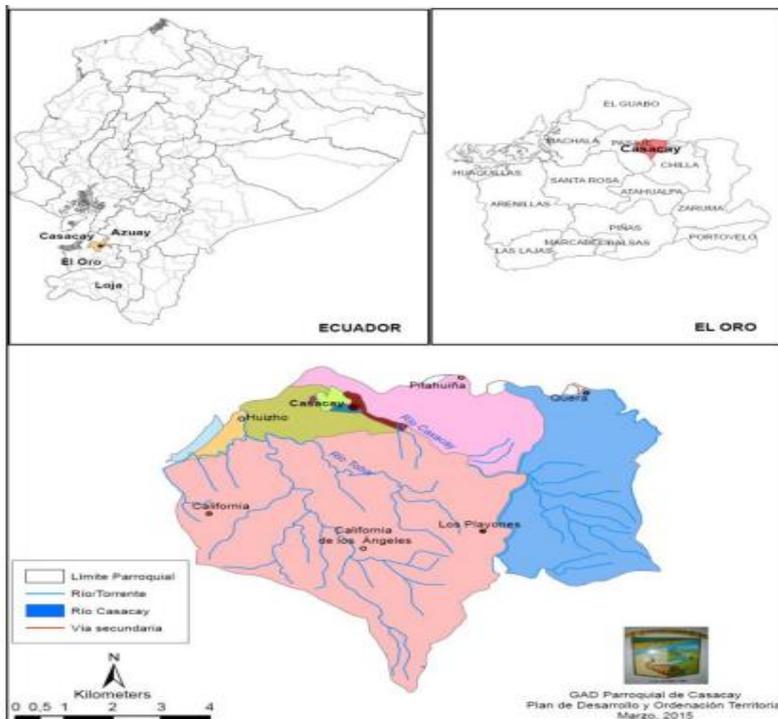
Los primitivos pobladores de Casacay fueron descendientes de los mayas denominados máchalas, y por motivos de intercambio comercial y cercanía con los cañarís y desde época de los incas fue paso obligado para unir la costa y sierra. Así lo muestran las bases del puente de bejuco que se encuentran en el sitio Pitahuña ubicado sobre el río TAMAL-AYCHE (Río Jubones) en lengua cañarí “El devorador de Hombres”.

El Origen del nombre de la Parroquia, proviene del vocablo quechua “CASAUCAY PAMBA” que significa lugar para divisar o espiar hacia abajo, con el pasar de los tiempos y llegada de los españoles se castellanizó este vocablo por el de Casacay. (pág. 22)

5.1 Ubicación geográfica de la Parroquia Casacay

Figura 1

Mapa base de la Parroquia Rural de Casacay



Nota. De *Mapa base de la Parroquia Rural de Casacay*, por Equipo Consultor– GAD Casacay, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Casacay, 2015, (pág. 2), Censo de población y vivienda INEC 2010.

5.2 Características generales de la Parroquia Casacay

5.2.1 Entorno geográfico

En lo que respecta al diagnóstico del entorno geográfico se detalla sobre la población, clima, límites, servicios básicos.

Tabla 13

Entorno geográfico de la Parroquia Casacay

DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO GEOGRÁFICO DE LA PARROQUIA CASACAY	
Población	2960 habitantes
Límites	Al norte con el río Jubones y la parroquia El Progreso; al sur con el cantón Chilla y la cabecera cantonal Pasaje; al este con el cantón Chilla y al oeste con la cabecera cantonal Pasaje.
Extensión	6114,36 has
Clima	Los rangos de temperatura van desde los 20°C en la parte más alta hasta llegar a los 26°C en la zona baja. Los sitios más poblados se encuentran en la parte baja por tanto tienen las temperaturas más cálidas.
Sitios y sectores	Sitios: Casacay, Huizho, Quera, Pitahuiña, Santo Tomás, Las Riberas del Jubones Sectores: San Antonio, El Porvenir, Tobar, San Vicente de California, Piedra Negra.
Servicios básicos	Salud: En la cabecera parroquial de Casacay, se cuenta con un centro de salud conformado por un médico general, odontólogo, enfermera, psicóloga donde asisten las personas que necesitan de este servicio. Educación: La Parroquia rural de Casacay cuenta con 5 establecimientos educativos 4 escuelas y un colegio con los niveles primario, básico y bachillerato. Agua potable: Todos los sitios y sectores esta conectados a red pública de agua potable. Energía eléctrica: Toda la parroquia se encuentra abastecido con energía eléctrica a través de la empresa eléctrica de servicio público CNEL. Vivienda: Las viviendas de manera general son de tipo mixto (caña, hormigón, tabla, ladrillo o inclusive bloque) de dos plantas. Internet: La mayoría de la población está conectado a un servicio de internet a través de distintos proveedores, asimismo, cabe recalcar que no todos los lugares cuentan con una buena señal para el servicio. Accesibilidad: La mayoría de las vías son asfaltadas, además, cuenta con transporte terrestre de cooperativas como buses y taxis. Deporte: Cuentan con canchas deportivas de indor-futbol, vóley y un estadio de futbol.

Nota. Adaptado de (GAD Parroquial Rural de Casacay, 2015), por Equipo Consultor– GAD Casacay, Fuente: <http://www.casacay.gob.ec/>

5.2.2 Entorno turístico

En cuanto al diagnóstico turístico de la Parroquia Casacay se detalla a continuación sobre las fiestas parroquiales y patronales, atractivos turísticos, comidas típicas, cultura, entre otros.

Tabla 14

Entorno turístico de la Parroquia Casacay

DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA CASACAY	
Fiestas parroquiales	<p>25 de septiembre “Religiosa en honor a la Virgen de Chilla”</p> <p>10 de octubre “Parroquialización”</p> <p>03 de mayo “Festividades por el día las cruces”</p>
Atractivos turísticos	<p>Cabecera Parroquial: Parque Central, Balneario La Cocha, Laguna Azul, Plazoleta El Panecillo, La Poza, El Refugio</p> <p>Huizho: Laguna del Amor, Hostería San Luis.</p> <p>Quera: Río Jubones</p> <p>Ribera del Jubones: Balneario Río Jubones</p> <p>Tobar: Cascadas naturales, Laguna naturales (Los Pailones), Complejo Turístico Casacay</p> <p>Santo Tomas: Puente Incaico, Río Jubones</p> <p>Porvenir: Sitio Arqueológico</p>
Comidas típicas	Seco de carne, sudado mixto, sango de verde, bolón de verde, caldo de raspa, maduro con queso, caldo de gallina criolla, fritadas.
Cultura	Gymkhana, desfiles, juegos deportivos, elección de la reina y de la criolla bonita.
Actividades turísticas	Jugar fútbol, vóley, pescar con anzuelo, alquiler de boyas, tomar un baño, fotografía, puenting, kayak, caminatas, pasear en cuadrantes, avistamiento de aves y animales salvajes, canyoning.
Servicios turísticos	<p>Alojamiento:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hostal Rosita 2. Centro de Recreaciones Montañita 3. Hostería San Luis 4. Complejo Turístico Casacay <p>Alimentación</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Asadero “Nataly” 2. Comedor “Doña Blanquita” 3. Cabañas “Laguna Azul” 4. Bar Cafetería “Zona Refrescante Casacay” 5. Restaurante “La Olla Criolla de Carmita” 6. Pista “El Mirador” <p>Transporte</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cooperativa de Transporte Terrestre Casacay 2. Cooperativa de Taxis Casacay <p>Operación e Intermediación turística</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Operadora de Turismo de Deportes de Aventura “Taymal Aycha” 2. Agencia de Viajes “Ávila Tours”

Nota. Adaptado de (GAD Parroquial Rural de Casacay, 2015), por Equipo Consultor– GAD Casacay, Fuente: <http://www.casacay.gob.ec/>

5.2.3 Inventario de los atractivos turísticos naturales de la Parroquia Casacay

Tabla 15

Ficha del Balneario "La Cocha"

BALNEARIO "LA COCHA"		
		
PROVINCIA: El Oro	CANTÓN: Pasaje	PARROQUIA: Casacay
JERARQUÍA: I	CATEGORÍA: Sitio Natural	TIPO: Ríos
LATITUD: -3.3242498	ALTITUD: -79.7205778	CLIMA: 25°C a 30°C
<p>DESCRIPCIÓN:</p> <p>Este es uno de los balnearios de mayor afluencia dentro de la parroquia Casacay, en donde llegan visitantes locales y cercanos a la provincia. Por otro lado, lo que llama la atención dentro de este son las gigantes piedras con sus caprichosas formas, además, la facilidad de acceso que hace que sea óptimo para disfrutar de un fin de semana.</p>		
<p>FLORA: Niguito, Caña Brava, Laurel, Guayaba, Almendro, Guarumo, Higuerón, Fruta de pan, etc.</p>	<p>FAUNA: Guanta, Ardillas, Mirlos, Serpientes Equis, garzas, colibríes, raspa, camarón de río, etc.</p>	<p>GASTRONOMÍA: Sudado mixto, seco de carne, sango de verde, fritada.</p>
<p>ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Caminata, Fotografía, Pesca, Tubing, Kayak, Puenting, Natación.</p>		
<p>RECOMENDACIONES: Llevar protector solar, repelente de mosquitos, ropa de baño.</p>		

Tabla 16*Ficha del Balneario "Laguna Azul"*

BALNEARIO "LAGUNA AZUL"		
		
PROVINCIA: El Oro	CANTÓN: Pasaje	PARROQUIA: Casacay
JERARQUÍA: I	CATEGORÍA: Sitio Natural	TIPO: Ríos
LATITUD: -3.3288531	ALTITUD: -79.7128192	CLIMA: 25°C a 30°C
DESCRIPCIÓN:		
<p>Al igual que el Balneario "La Cocha", este también es uno de los balnearios de mayor afluencia dentro de la parroquia Casacay, en donde llegan visitantes locales y cercanos a la provincia e incluso extranjeros, lo que llama la atención de este es que se encuentra rodeado de árboles y alejado de los centros poblados lo que hace que sea un lugar para compartir en familia y deleitarse del agua cristalina que ofrece el lugar rodeado de vegetación, bosque, naturaleza viva y paisajes, además, el espejo de agua que ofrece la laguna permite que los bañistas disfruten de una experiencia inolvidable durante su estancia y de un descanso acogedor con la brisa que regala la cordillera.</p>		
FLORA: Niguito, Caña Brava, Laurel, Guayaba, Almendro, Guarumo, Higuerón, Fruta de pan, etc.	FAUNA: Guanta, Ardillas, Mirlos, Serpientes Equis, garzas, colibríes, raspa, camarón de río, etc.	GASTRONOMÍA: Sudado mixto, seco de carne, sango de verde, fritada.
ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Caminata, Fotografía, Pesca, Tubing, Kayak, Volly, Fútbol, Natación, Picnic, Cabalgata, Camping,		
RECOMENDACIONES: Llevar protector solar, repelente de mosquitos, ropa de baño.		

Tabla 17*Ficha del Balneario "Las Peñas"*

BALNEARIO "LAS PEÑAS"		
		
PROVINCIA: El Oro	CANTÓN: Pasaje	PARROQUIA: Casacay
JERARQUÍA: I	CATEGORÍA: Sitio Natural	TIPO: Ríos
LATITUD: -3.327996	ALTITUD: -79.714318	CLIMA: 25°C a 30°C
DESCRIPCIÓN: <p>Se encuentra rodeado de árboles y alejado de los centros poblados lo que hace que sea un lugar para compartir en familia es una hermosa poza donde los visitantes podrán disfrutar y bañarse en las limpias aguas del río Casacay.</p>		
FLORA: Niguito, Caña Brava, Laurel, Guayaba, Almendro, Guarumo, Higuerón, Fruta de pan, etc.	FAUNA: Guanta, Ardillas, Mirlos, Serpientes Equis, garzas, colibríes, raspa, camarón de río, etc.	GASTRONOMÍA: Sudado mixto, seco de carne, sango de verde, fritada.
ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Caminata, Fotografía, Pesca, Tubing, Kayak, Natación.		
RECOMENDACIONES: Llevar protector solar, repelente de mosquitos, ropa de baño.		

Tabla 18*Ficha del Balneario "El Refugio"*

BALNEARIO "EL REFUGIO"		
		
PROVINCIA: El Oro	CANTÓN: Pasaje	PARROQUIA: Casacay
JERARQUÍA: I	CATEGORÍA: Sitio Natural	TIPO: Ríos
LATITUD: -3.3288531	ALTITUD: -79.7128192	CLIMA: 25°C a 30°C
DESCRIPCIÓN:		
<p>Es un lugar que se encuentra rodeado de árboles y alejado de los centros poblados lo que hace que sea un lugar para compartir en familia, permite que los bañistas disfruten de una experiencia inolvidable durante su estancia y de un descanso acogedor.</p>		
FLORA: Niguito, Caña Brava, Laurel, Guayaba, Almendro, Guarumo, Higuerón, Fruta de pan, etc.	FAUNA: Guanta, Ardillas, Mirlos, Serpientes Equis, garzas, colibríes, raspa, camarón de río, etc.	GASTRONOMÍA: Sudado mixto, seco de carne, sango de verde, fritada.
ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Caminata, Fotografía, Pesca, Tubing, Kayak, Volly, Natación, Picnic, Camping.		
RECOMENDACIONES: Llevar protector solar, repelente de mosquitos, ropa de baño.		

Tabla 19*Ficha de los Pailones del Río Tobar*

PAILONES DEL RÍO TOBAR		
		
PROVINCIA: El Oro	CANTÓN: Pasaje	PARROQUIA: Casacay
JERARQUÍA: I	CATEGORÍA: Sitio Natural	TIPO: Ríos
LATITUD: -3.337187	ALTITUD: -79.725558	CLIMA: 25°C a 30°C
DESCRIPCIÓN:		
<p>Es uno de los destinos múltiples para los turistas que ama el turismo de aventura y naturaleza, puesto que, a lo largo del trayecto de la cascada se puede observar un inmenso bosque de vegetación donde puede ir observando diversidad de flora y fauna que posee ya sea haciendo caminatas o ciclismo e incluso puede alquilar camionetas que les lleven al lugar. De igual manera, posee gigantescas piedras y árboles frondosos que hace que la ruta sea de nivel medio.</p>		
FLORA: Niguito, Caña Brava, Laurel, Guayaba, Almendro, Guarumo, Higuerón, Fruta de pan, etc.	FAUNA: Guanta, Ardillas, Mirlos, Serpientes Equis, garzas, colibríes, raspa, camarón de río, etc.	GASTRONOMÍA: Pescado frito, seco de gallina criolla, fritada.
ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Caminata, Ciclismo, Fotografía, Pesca, Natación, Canyoning, Camping, Observación de flora y fauna.		
RECOMENDACIONES: Llevar protector solar, repelente de mosquitos, ropa de baño.		

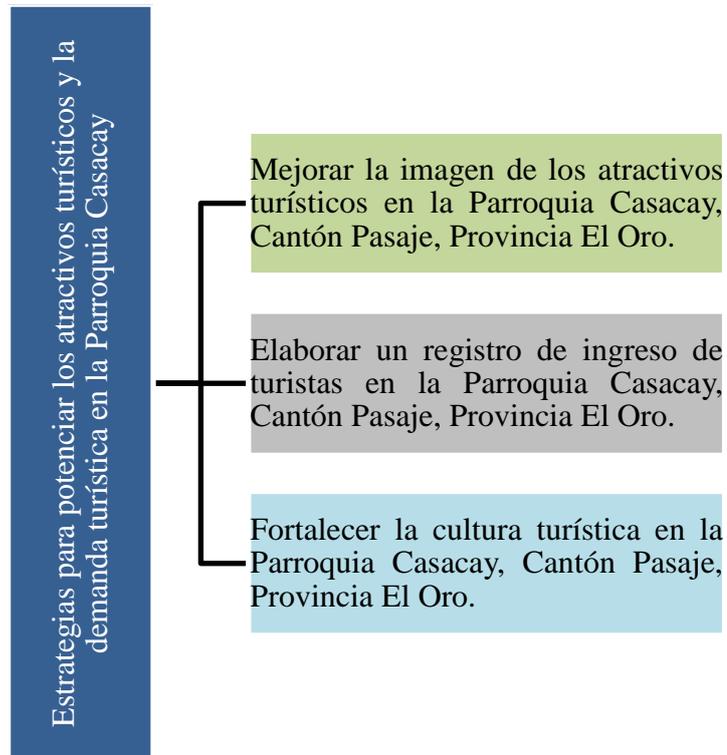
Tabla 20*Ficha del Balneario "Laguna del Amor"*

BALNEARIO "LAGUNA DEL AMOR"		
		
PROVINCIA: El Oro	CANTÓN: Pasaje	PARROQUIA: Casacay
JERARQUÍA: I	CATEGORÍA: Sitio Natural	TIPO: Ríos
LATITUD: -3.332356	ALTITUD: -79.738316	CLIMA: 25°C a 30°C
<p>DESCRIPCIÓN:</p> <p>Es considerado como uno de los lugares más visitados por parejas y familias, en este lugar podemos observar inmesas plantaciones de cacao nacional. En este sitio se puede disfrutar de la brisa natural, escuchar la melodía de las aves, y de las formas rocosas que acompañan la laguna.</p>		
<p>FLORA: Niguito, Caña Brava, Laurel, Guayaba, Almendro, Guarumo, Higuerón, Fruta de pan, cacao, etc.</p>	<p>FAUNA: Guanta, Ardillas, Mirlos, Serpientes Equis, garzas, colibríes, raspa, camarón de río, etc.</p>	<p>GASTRONOMÍA: Pescado frito, seco de gallina criolla, fritada.</p>
<p>ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Caminata, Ciclismo, Fotografía, Pesca, Natación, Camping, Observación de flora y fauna, Natación, Tubing, Scout.</p>		
<p>RECOMENDACIONES: Llevar protector solar, repelente de mosquitos, ropa de baño.</p>		

6. Desarrollo de la propuesta

Figura 2

Esquema de la propuesta



El desarrollo de la propuesta del proyecto de investigación está enfocado en mejorar la imagen de los atractivos turísticos naturales que posee la Parroquia Casacay, asimismo, el mantenimiento del sendero turístico que da acceso a los diferentes balnearios. Por otro lado, el elaborar una ficha de registro de ingreso de turistas en donde los encargados de recabar esta información sean los prestadores de servicios turísticos para el control de capacidad de carga y conocer las preferencias de los visitantes que llegan al destino y finalmente en fortalecer la cultura turística sobre todo en la calidad de servicio turístico por parte de los prestadores turísticos y la población local dedicada al turismo. Es por ello que se plantea lo siguiente:

6.1 Estrategia 1: Mejorar la imagen de los atractivos turísticos en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.

Tabla 21

Programa para el mejoramiento de la imagen de los atractivos turísticos en la Parroquia Casacay

PROGRAMA 1. Mejoramiento de la imagen de los atractivos turísticos en la Parroquia Casacay		
Descripción y justificación del programa: La realización de este programa permite que los diferentes atractivos turísticos de la Parroquia Casacay tenga una mejor imagen y un ambiente más limpio, de tal manera, que sea integro tanto para los turistas y/o visitantes como para la población local. Se debe tener en cuenta que con una adecuada imagen se puede generar una mayor afluencia turística.		
Problema: <ul style="list-style-type: none"> • La contaminación por carencia de facilidades turísticas en los atractivos turísticos. • Deficiente mantenimiento de las facilidades turísticas que permiten el acceso a los atractivos turísticos. 		
Objetivo: <ul style="list-style-type: none"> • Generar una imagen adecuada de los atractivos turísticos en la Parroquia Casacay. • Establecer un mantenimiento adecuado de las facilidades turísticas en la Parroquia Casacay. 		
Meta: <ul style="list-style-type: none"> • Lograr la sensibilización ambiental motivando a los turistas y visitantes que llegan a los diferentes atractivos turísticos de la Parroquia Casacay a tener una educación ambiental a través del reciclaje. • Lograr un adecuado manejo, mantenimiento y conservación de las facilidades turísticas que posee la Parroquia Casacay. 		
PROYECTO 1: Adecuación de facilidades turísticas en los atractivos turísticos de la Parroquia Casacay		
Objetivo: Ubicar tachos de basura que incentiven el reciclaje en los atractivos turísticos en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.		
Beneficiarios: Prestadores de servicios turísticos y población local.		
Descripción y justificación del proyecto		
La ubicación de tachos de basura en los atractivos turísticos elegidos con sus respectivos anuncios que indiquen las normas del cuidado del medio ambiente a través del reciclaje permite la concientización ambiental por parte de los turistas y/o visitantes e incluso por la población local, puesto que se debe tener en cuenta que la mayor parte de plástico que se utiliza en el turismo no es reciclada lo que causa una gran contaminación.		
Inversión del proyecto:		
RECURSOS HUMANOS Trabajador (1)	\$20 por día	
RECURSOS MATERIALES Tachos de basura ecológicos (3 tachos verde, azul, negro)	\$90 (cada tacho valorado en \$30)	
Plazo:	Anual	
Atractivos turísticos:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Balneario “Laguna del Amor” 2. Balneario “El Refugio” 3. Pailones del Río Tobar 		
PRESUPUESTO Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
Responsables de la ejecución y fuentes de financiamiento:	Presupuesto aproximado en USD:	
GAD Parroquial Rural de Casacay GAD Municipal del cantón Pasaje Cámara de Turismo de El Oro Ministerio de Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Mano de obra por 3 días • Tachos de basura ecológicos 	\$60 \$270
Total		\$330
MONITOREO, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO		
Responsable del monitoreo: GAD Parroquial Rural de Casacay	Indicadores: Durante el periodo 2023 – 2027 se mantendrá en	Medios de verificación: Evidencia fotográfica Informes

GAD Municipal del cantón Pasaje	buen estado los tachos de basura ecológicos.	
PROYECTO 2: Mantenimiento del sendero turístico en la Parroquia Casacay		
Objetivo: Limpiar el sendero que dirige hacia los atractivos turísticos en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.		
Beneficiarios: Prestadores de servicios turísticos y población local.		
Descripción y justificación del proyecto		
La realización de este proyecto permite que el sendero turístico que dirige a los diferentes atractivos turísticos de la Parroquia Casacay tenga una mejor imagen y facilite el tránsito de los turistas y/o visitantes e incluso para la población local.		
Inversión del proyecto		
RECURSOS HUMANOS Trabajadores para retoque de pintura Trabajador para limpieza de vegetación (1)		\$500 por año \$20 por día
RECURSOS MATERIALES Pintura Pulverizador de pintura Machetes Palas		
	Plazo:	Retoque de pintura: Anual Limpieza: Trimestral
Atractivos turísticos a los que permite el acceso el sendero turístico:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Balneario “La Cocha” 2. Balneario “Laguna Azul” 		
PRESUPUESTO Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
Responsables de la ejecución y fuentes de financiamiento:	Presupuesto aproximado en USD:	
GAD Parroquial Rural de Casacay GAD Municipal del cantón Pasaje Cámara de Turismo de El Oro Ministerio de Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza de vegetación del sendero por 3 días. • Retoque de pintura del sendero y mano de obra 	\$240 \$500
	Total	\$740
MONITOREO, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO		
Responsable del monitoreo: GAD Parroquial Rural de Casacay GAD Municipal del cantón Pasaje	Indicadores: Durante el periodo 2023 – 2027 se mantendrá en buen estado el sendero turístico.	Medios de verificación: Evidencia fotográfica Informes

6.2 Estrategia 2: Elaborar un registro de ingreso de turistas en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.

Tabla 22

Programa para la elaboración de un registro de ingreso de turistas en la Parroquia Casacay

PROGRAMA 2. Elaboración de un registro de ingreso de turistas en la Parroquia Casacay	
Descripción y justificación del programa: La realización de este programa permite el control del ingreso de turistas hacia los diferentes atractivos turísticos que posee la Parroquia Casacay, en este caso, para controlar la capacidad de carga y evitar el deterioro de los mismos por el exceso de masa turística. A su vez, esto nos permite conocer el perfil del turista que visitan Casacay y lograr consolidar un producto turístico acorde a las necesidades y deseos de estos.	
Problema: No cuenta con registros del ingreso de turistas a los atractivos turísticos y por esta razón no se puede llevar un control de la capacidad de carga que llega al destino de Casacay lo que conlleva a una limitada recopilación de información para la toma de decisiones enfocadas al desarrollo turístico.	
Objetivo: Elaborar fichas de registro de ingresos de turistas.	
Meta: Obtener información sobre el perfil de los turistas y/o visitantes que llegan a la Parroquia Casacay.	
PROYECTO 1: Manejo de fichas de registro hacia los atractivos turísticos de la Parroquia Casacay	
Objetivo: Manejar fichas de registro de ingresos de turistas en los diferentes atractivos turísticos por parte de los prestadores de servicios turísticos en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.	
Beneficiarios: Prestadores de servicios turísticos y población local.	
Descripción y justificación del proyecto	
<p>La ficha de registro de ingresos de turistas está diseñada en base a los siguientes parámetros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logo del GADPR Casacay • Título: Ficha de registro de ingreso de turistas • N° de ficha: • Nombre completo: • País: • Provincia: • Ciudad: • Destino • Fecha de visita: • Edad: • Pers/Pax: • Teléfono / E-mail • Preferencia de viaje: Solo, En Pareja, En familia, Con amigos • Motivo de viaje: Recreación, Educación, Trabajo • Tipo de turismo: Aventura, Aviturismo, Ecoturismo, Cultural • Observaciones: • Firmas: Responsable y/o turista <p>El manejo de las fichas de registro será de carácter físico (impresas) y digitales (Código QR), el motivo es porque no todas las personas manejan la tecnología o disponen de un dispositivo móvil moderno por esa razón las fichas impresas y por otro lado, la colocación de códigos QR nos permite disminuir costos y la contaminación. El registro de turistas está a cargo de los prestadores de servicios turísticos que posee la Parroquia Casacay, donde se entregan de manera física y se hace la respectiva colocación de los códigos QR en lugares estratégicos de los establecimientos turísticos e incluso en las respectivas entradas a los diferentes atractivos que posee la Parroquia Casacay.</p>	
Inversión del proyecto:	
RECURSOS MATERIALES	
Impresiones de fichas de registro de turistas (600)	\$0.10 ctvs. (por cada impresión)
Impresiones de códigos QR (10)	\$1,00 (por cada impresión)
Plazo:	Permanente
Atractivos turísticos:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Balneario “Laguna del Amor” 2. Balneario “El Refugio” 3. Pailones del Río Tobar 4. Balneario “La Cocha” 5. Balneario “Laguna Azul” 6. Balneario “Las Peñas” 	

PRESUPUESTO Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
Responsables de la ejecución y fuentes de financiamiento:	Presupuesto aproximado en USD:	
GAD Parroquial Rural de Casacay GAD Municipal del cantón Pasaje Cámara de Turismo de El Oro Ministerio de Turismo	<ul style="list-style-type: none"> Impresiones de fichas de registro de turistas Impresiones de códigos QR 	\$60 \$10
Total		\$70
MONITOREO, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO		
Responsable del monitoreo: GAD Parroquial Rural de Casacay GAD Municipal del cantón Pasaje	Indicadores: Durante el periodo 2023 – 2027 se mantendrá el registro de entrada de turistas y/o visitantes a los diferentes atractivos turísticos.	Medios de verificación: Fichas de registro Evidencia fotográfica Informes

Se adjunta el modelo de ficha de registro de ingreso de turistas en físico y digital:

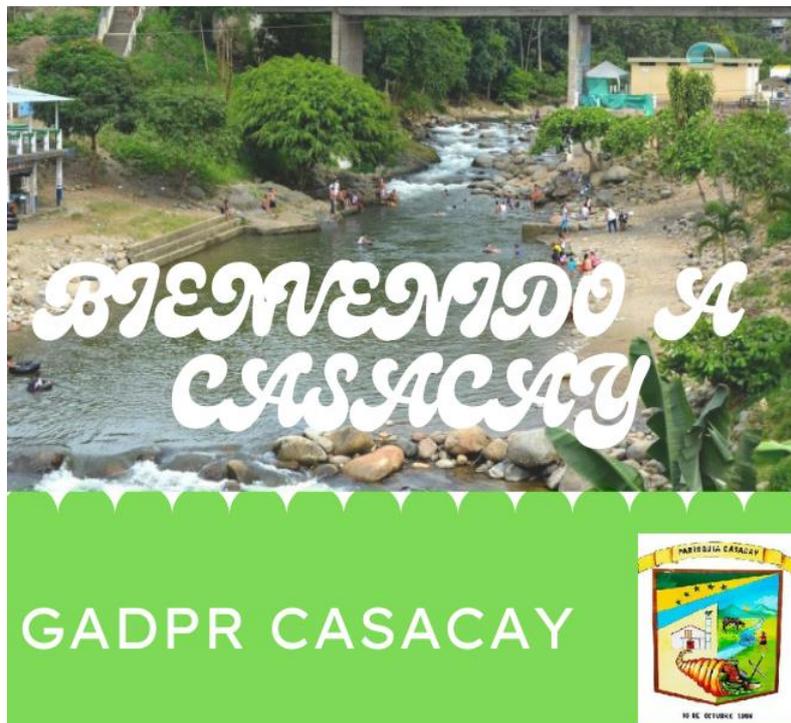
Figura 3

Modelo de ficha de registro de ingreso de turistas

 FICHA DE REGISTRO DE INGRESO DE TURISTAS		
N°:		
Nombre completo:		Fecha de visita: ____/____/____
Edad:		
País:		Ciudad:
Provincia:		Destino:
Pers/Pax:	Teléfono:	E-mail:
Preferencia de viaje:		Motivo de viaje:
Solo <input type="checkbox"/>		Recreación <input type="checkbox"/>
En Pareja <input type="checkbox"/>		Educación <input type="checkbox"/>
En familia <input type="checkbox"/>		Trabajo <input type="checkbox"/>
Amigos <input type="checkbox"/>		
Tipo de turismo:		
Aventura <input type="checkbox"/>		
Aviturismo <input type="checkbox"/>		
Ecoturismo <input type="checkbox"/>		
Cultural <input type="checkbox"/>		
OBSERVACIONES:		
Firma de responsable		Firma de turista
_____		_____

Figura 4

Modelo de ficha de registro en Código QR



**REGISTRA TU
VISITA**

6.3 Estrategia 3: Fortalecer la cultura turística en los prestadores de servicios turísticos y la población local en la Parroquia Casacay.

Tabla 23

Programa para el fortalecimiento de la cultura turística en los prestadores de servicios turísticos y la población local en la Parroquia Casacay.

PROGRAMA 3. Fortalecimiento de la cultura turística en los prestadores de servicios turísticos y la población local en la Parroquia Casacay.	
Descripción y justificación del programa:	
La realización de este programa permite que los anfitriones de la Parroquia Casacay mediante el conocimiento y valores que se obtengan mediante la práctica del turismo favorezcan al fomento y crecimiento de la actividad turística.	
Problema:	
Desinterés por parte de los habitantes dedicados al ámbito turístico a desarrollar o innovar, lo que genera limitadas visitas turísticas.	
Objetivo: Fortalecer la cultura turística en los prestadores de servicios turísticos de la Parroquia Casacay.	
Meta: Crear una cultura turística en los prestadores de servicios turísticos y lograr generar una oferta de calidad que satisfaga cada una de las necesidades de los turistas que visitan los diferentes atractivos de la Parroquia Casacay, y a su vez motivarles a brindar servicios de calidad y procurar crear un ambiente ameno con moral y ética profesional para el desempeño de sus funciones en el sector turístico.	
PROYECTO 1: Inducción y capacitación a la población local acerca de la cultura turística de la Parroquia Casacay	
Objetivo: Realizar capacitaciones turísticas para los prestadores de servicios turísticos en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.	
Beneficiarios: Prestadores de servicios turísticos y población local.	
Descripción y justificación del proyecto	
Las capacitaciones para brindar a la localidad y a cada uno de los sectores turísticos de la Parroquia Casacay permiten potenciar sus conocimientos, destrezas y habilidades para diversificar la oferta y mejorar la demanda turística del sector. El desarrollo de las capacitaciones tendrá una duración de 4 días por 10 horas de capacitación, el horario se modificará según la gestión y respuesta dada por los capacitadores, asimismo, su ejecución tendrá lugar en la sala de eventos del GADPR Casacay. Las capacitaciones son distribuidas de la siguiente manera:	
<p>DÍA 1 Habitantes y sectores turísticos en general 08:00am a 10:00am</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción al turismo • Buenas prácticas turísticas • Comunicación efectiva • Trabajo en equipo • Liderazgo
<p>DÍA 2 Capacitación a los del sector de alojamiento 08:00am a 11:00am</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Generalidades de Alojamiento • Funciones de cada uno de los departamentos • Calidad y atención al huésped • Manejo de reservas
<p>DÍA 3 Capacitación a los del sector de alimentos y bebidas 08:00am a 11:00am</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Generalidades de Alimentos y Bebidas • Atención al cliente • manipulación de alimentos • Utilización de productos de la zona • Costos de producción
<p>DÍA 4 Capacitación a los del sector de operación e intermediación turística 08:00am a 10:00am</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Generalidades de Operación e Intermediación turística. • Atención al cliente • Nuevas modalidades turísticas • Guianza turística • Motivación turística.

Inversión del proyecto:		
RECURSOS HUMANOS		
Ponentes (4)		
Box Lunch (30)		\$0,50ctvs
RECURSOS MATERIALES		
Esferos (30)		\$0,35ctvs
Hojas A4 (1)		\$4,00
Marcadores (6)		\$0,50ctvs
Certificados (30)		\$2,00
RECURSOS TECNOLÓGICOS		
Laptop (1)		
Proyector (1)		
IMPREVISTOS		
Gastos adicionales		\$25,00
Plazo:		Semestral
Atractivos turísticos:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Balneario “Laguna del Amor” 2. Balneario “El Refugio” 3. Pailones del Río Tobar 4. Balneario “La Cocha” 5. Balneario “Laguna Azul” 6. Balneario “Las Peñas” 		
PRESUPUESTO Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
Responsables de la ejecución y fuentes de financiamiento:		Presupuesto aproximado en USD:
GAD Parroquial Rural de Casacay GAD Municipal del cantón Pasaje Cámara de Turismo de El Oro Ministerio de Turismo Expertos en las respectivas áreas		<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitación 1: \$57,50 ➤ Capacitación 2: \$15,00 ➤ Capacitación 3: \$15,00 ➤ Capacitación 4: \$75,00
		Total \$162,50
MONITOREO, EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO		
Responsable del monitoreo: GAD Parroquial Rural de Casacay GAD Municipal del cantón Pasaje	Indicadores: Durante el periodo 2023 – 2027 se mantendrán capacitaciones semestrales a los prestadores de servicios turísticos y población local.	Medios de verificación: Registro de asistencia Certificados Evidencia fotográfica Informes

Tabla 24*Presupuesto aproximado general de las estrategias*

PRESUPUESTO APROXIMADO GENERAL			
PROGRAMA 1: Mejoramiento de la imagen de los atractivos turísticos en la Parroquia Casacay			
PROYECTOS	Actividades	PRESUPUESTO	PLAZO
PROYECTO 1: Adecuación de facilidades turísticas en los atractivos turísticos de la Parroquia Casacay	Compra de tachos de basura ecológicos (3 tachos: verde, azul, negro)	\$ 270	Anual
	Mano de obra por colocación de tachos (3 días)	\$60	
PROYECTO 2: Mantenimiento del sendero turístico en la Parroquia Casacay	Pintura y mano de obra	\$500	Anual
	Limpieza de vegetación	\$60	Trimestral
PROGRAMA 2. Elaboración de un registro de ingreso de turistas en la Parroquia Casacay			
PROYECTO 1: Manejo de fichas de registro hacia los atractivos turísticos de la Parroquia Casacay	Impresiones de fichas de registro de turistas (600) e impresiones de códigos QR (10)	\$70	Anual
PROGRAMA 3. Fortalecimiento de la cultura turística en los prestadores de servicios turísticos y la población local en la Parroquia Casacay.			
PROYECTO 1: Inducción y capacitación a la población local acerca de la cultura turística de la Parroquia Casacay	Capacitaciones	\$162,50	Semestral
TOTAL:		\$1122,50	

7. Conclusiones

El desarrollo de la propuesta ha permitido diseñar estrategias que contribuyan a la potenciación de los atractivos turísticos y al aumento de la demanda turística que visita la Parroquia Rural de Casacay, estas están directamente enfocadas para los prestados de servicios turísticos para que tenga un visión más amplia y diferente del turismo y que todo funcione en conjunto logrando un movimiento económico para la población local.

8. Recomendaciones

Se recomienda aplicar la propuesta puesto que contribuye al aumento de la demanda turística en la Parroquia Rural de Casacay, ya que las estrategias planteadas dentro de esta se encuentran directamente enfocadas en mejorar la imagen de los atractivos que se considera uno de los principales aspectos para atraer al turista. Así mismo, la elaboración de un registro de ingreso de turistas lo cual permite el control a los atractivos y evitar la masificación que ocasiona el deterioro de estos y a su vez conocer mejor el perfil del turista y aprovechar la demanda. Finalmente, se conoce que un servicio de calidad es primordial en el turismo, es por esta razón, que como ultima estrategia se recomienda capacitar a los prestadores turísticos para la mejora de la oferta turística mediante un cambio de visión logrando cumplir al máximo los deseos y necesidades de los turistas.

Referencias

- Alles, M. (2009). Turismo Accesible: Importancia de la Accesibilidad para el Sector Turístico. *Interdisciplinar*, 211-224. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Turismo_Accesible_Importancia_de_la_Accesibilidad_.pdf
- Andrade, Y. (2015). *La infraestructura turística y su impacto en la afluencia de turistas en la playa los perales del cantón San Vicente. Tesis de pregrado*. Universidad Estatal del Sur de Manabí, Ciencias Económicas. Jipijapa: Universidad Estatal del Sur de Manabí. Retrieved Diciembre de 2021, from <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/644/1/UNESUM-ECU-ECOT-2015-35.pdf>
- Antonietti, B. (2017). Servicios turísticos I. *Universidad Tecnológica Nacional*.
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada de Bonilla, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *La Investigación Científica*. Guayaquil: Universidad Internacional del Ecuador. Retrieved Enero de 2022, from <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACI%c3%93N%20CIENT%c3%8dFICA.pdf>
- Bembibre, C. (Octubre de 2009). *Viajar*. definicionabc.: <https://www.definicionabc.com/general/viajar.php>
- Camara, C., & Morcate, F. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*, 35(1), 48-67. Retrieved Diciembre de 2021, from <http://scielo.sld.cu/pdf/au/v35n1/au05114.pdf>
- Carpio, N., & Hernández, C. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Revista ALERTA*, 2(1), 75-79. <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Castillo, D., González, R., & Olaya, A. (2018). Validez y confiabilidad del cuestionario Florida versión en español. *Revista Colombiana de Cardiología*, 25(2), 131-137. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rccar.2017.12.018>
- Centomo, M. (2010). *PB Works*, 2.0. Retrieved Diciembre de 2021, from Gestión de Destinos Turísticos: <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041344/1-6%20Destinos%20Tur%20C3%ADsticos%3A%20Definici%20C3%B3n%20C%20funciones%20C%20agentes%20C%20componentes%20y%20estructura>
- Colina, J. (2010). *El Concepto del Producto Turístico*. Universidad de Antioquia, Ciencias Sociales y Humanas. Antioquia: Universidad de Antioquia. Retrieved Diciembre de 2021, from https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf
- Contreras, Y. (2017). *Tipos de investigación. Alcances de la investigación a realizar*. México: Universidad Autónoma del Estado de México. Retrieved Enero de 2022.
- Cooperación Suiza – SECO. (2014). *Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos*. Lima: Swisscontact. https://cooperacionsuiza.pe/wp-content/uploads/2019/06/conceptos_basicos.pdf
- Corchero, M. (2008). *La empresa turística: concepto, clases y ordenación jurídico-administrativa*. Revista de Estudios Económicos y Empresariales. https://dehesa.unex.es:8443/flexpaper/template.html?path=https://dehesa.unex.es:8443/bitstream/10662/2388/1/0212-7237_20_73.pdf#page=1
- Educativo.net. (2020). *Las excursiones turísticas y sus diferentes clases*. <https://www.educativo.net/articulos/las-excursiones-turisticas-y-sus-diferentes-clases-clases-457.html#:~:text=Con%20el%20t%C3%A9rmino%20excursiones%20tur%C3%A9sticas,%20un%20parque%20tem%C3%A1tico%20etc.>

- Eustat. (s.f.). *Pernoctaciones*. Retrieved 15 de junio de 2022, from https://www.eustat.eus/documentos/opt_1/tema_141/elem_1724/definicion.html
- Ferrer, J. (agosto de 2015). *Definición de Estadía*. Definición MX : <https://definicion.mx/estadia/>
- Forero, N. (Octubre de 2007). Metodología, método y propuestas metodológicas en Trabajo Social. *Revista Tendencia & Retos*(12), 119-135. Retrieved Enero de 2022, from <http://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/tendencias/rev-co-tendencias-12-08.pdf>
- Francesch, A. (2004). Los conceptos del turismo. Una revisión y una respuesta. *Gazeta de Antropología*, 20(29), 16. Retrieved Diciembre de 2021, from https://www.ugr.es/~pwlac/G20_29Alfredo_Francesch.pdf
- Freire, M. (2019). Diagnóstico de atractivos turísticos del cantón Zaruma para potencializar la actividad turística. *Universidad Técnica de Machala*, 32. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/13913/3/ECUACE-2019-HT-DE00154.pdf>
- Fundación FRAX. (2016). *Turistas y viajeros*. Barcelona: EUROAULA. <https://www.fundacionfrax.org/sites/default/files/pdf/9.-Turistas-y-viajeros.pdf>
- GAD Parroquial Rural de Casacay. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Casacay*. GAD Parroquial Rural de Casacay. https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0760029830001_PDOT%20DEFINITIVO%20CASACAY%20-%202015_29-10-2015_19-29-40.pdf
- García, N., García, D., & Quintero, Y. (2020). Segmentación de la demanda turística colombiana que visitan la Zona de Planificación 1 más la provincia de Pichincha en Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 16(2), 146-152. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2020000200136>
- García, S. (2013). *Flujos turísticos en destinos de ciudad. El caso de Málaga Capital*. Málaga: Universidad de Málaga. <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/6940/TFM%20FINAL%20SUSAN%20GARC%20C3%8DA%20ARANDA.pdf?sequence=1>
- Gil, J., Gutiérrez, J., Vargas, E., Hernández, L., López, F., Mateus, P., Ramírez, A., & Cely, J. (2021). Turismo y patrimonio cultural en Tunja: en camino hacia la construcción de un modelo de gobernanza. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia-UPTC. Retrieved 01 de febrero de 2022, from <https://books.google.com.ec/books?id=2tpDEAAQBAJ&pg=PT10&lpg=PT10&dq=Actividades+que+llevan+a+cabo+los+turistas+durante+el+periodo+que+dura+su+viaje+en+un+lugar+fuera+de+su+espacio+habitual,+estas+se+realizan+con+fin+es+de+ocio,+diversi%C3%B3n,+descanso+y>
- González, C., Piba que Pionce, M., & Ayón, L. (2019). Los atractivos turísticos y su impacto en el perfil costero de Manabí - Ecuador. *Sathiri:Sembrador*, 14(1), 174-185. <https://doi.org/https://doi.org/10.32645/13906925.814>
- González, M., & Vallejo, M. (2021). Dimensiones de la demanda turística española: caracterización de las comunidades autónomas según la motivación de los viajeros españoles (2016). *Pasos*, 19(1), 43-56. <https://doi.org/https://doi.org/10.25145/j.pasos.2021.19.003>
- Guzmán, A., Mayo, A., Ávila, C., & García, V. (2012). La percepción de los turistas hacia la oferta hotelera, restaurantera y transporte turístico de Tabasco, México. *AECIT*, 84. Retrieved Diciembre de 2021, from https://www.aecit.org/uploads/public/congresos/17/AECIT2012_CAP3.pdf

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL. Retrieved Enero de 2022, from <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Illescas, F. (2017). *Senderización y Señalética Turística de los Atractivos Naturales Balneario la Cocha y Pailones del Río Tobar, parroquia rural Casacay, Cantón Pasaje, Provincia de El Oro. Tesis de pregrado*. Loja: Universidad Nacional de Loja. Retrieved Diciembre de 2021, from <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/19891>
- Jiménez, Y., & Suárez, M. (2014). Investigación de Campo como Estrategia Metodológica para las resoluciones de problemas. *Jornadas Internas de Postgrado Dr. Adolfo Calimán González*. Retrieved Enero de 2022, from <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0092813/cap03.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Laurente, L. (2021). Demanda de turismo internacional en tiempos de covid-19 en la región de Puno-Perú. *Economía Coyuntural*, 6(1), 49-78. http://www.scielo.org.bo/pdf/ec/v6n1/v6n1_a04.pdf
- Lemoine, F., Castellanos, G., Hernández, N., Zambrano, S., & Carvajal, G. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente, Ecuador. *Retos de la Dirección*, 12(2), 133-148. Retrieved Diciembre de 2021, from <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v12n2/rdir07218.pdf>
- Loor, T., Sabando, E., Cruz, R., Villamarin, W., Arteaga, R., & Arias, A. (2020). Los atractivos turísticos de Manta y su incidencia en el desarrollo económico de las parroquias urbanas y rurales. *fipcaec*, 5. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i18.200>
- Martinez, A., & Campos, W. (2015). Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores. *Revista mexicana de ingeniería biomédica*, 3(36), 181-191. <https://doi.org/https://doi.org/10.17488/RMIB.36.3.4>
- Mora, M. (2015). *Análisis de las razones sociales, gubernamentales y educativas que inciden en el desarrollo de la recreación turística en El Oro*. Machala: Universidad Técnica de Machala. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/3525/1/CD00181-%20TRABAJO%20COMPLETADO.pdf>
- Morillo Marysela, & Morillo, M. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*, 22(2), 111-131. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31876/rcs.v22i2.24863>
- Mosquera, D. (2017). *Análisis de la Afluencia Turística y su incidencia en el desarrollo turístico del Sitio Bajo Alto, Cantón El Guabo. Tesis de pregrado*. Machala: Universidad Técnica de Machala. Retrieved Diciembre de 2021, from <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/11240/1/ECUACE-2017-AE-CD00209.pdf>
- Müggenburg, M., & Pérez, I. (2007). Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa. *Enfermería Universitaria*, 4(1), 35-38. Retrieved Enero de 2022, from <https://www.redalyc.org/pdf/3587/358741821004.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2016). *Comercialización*. Suiza: IMESUN. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (2021). *unwto*. <https://www.unwto.org/es>

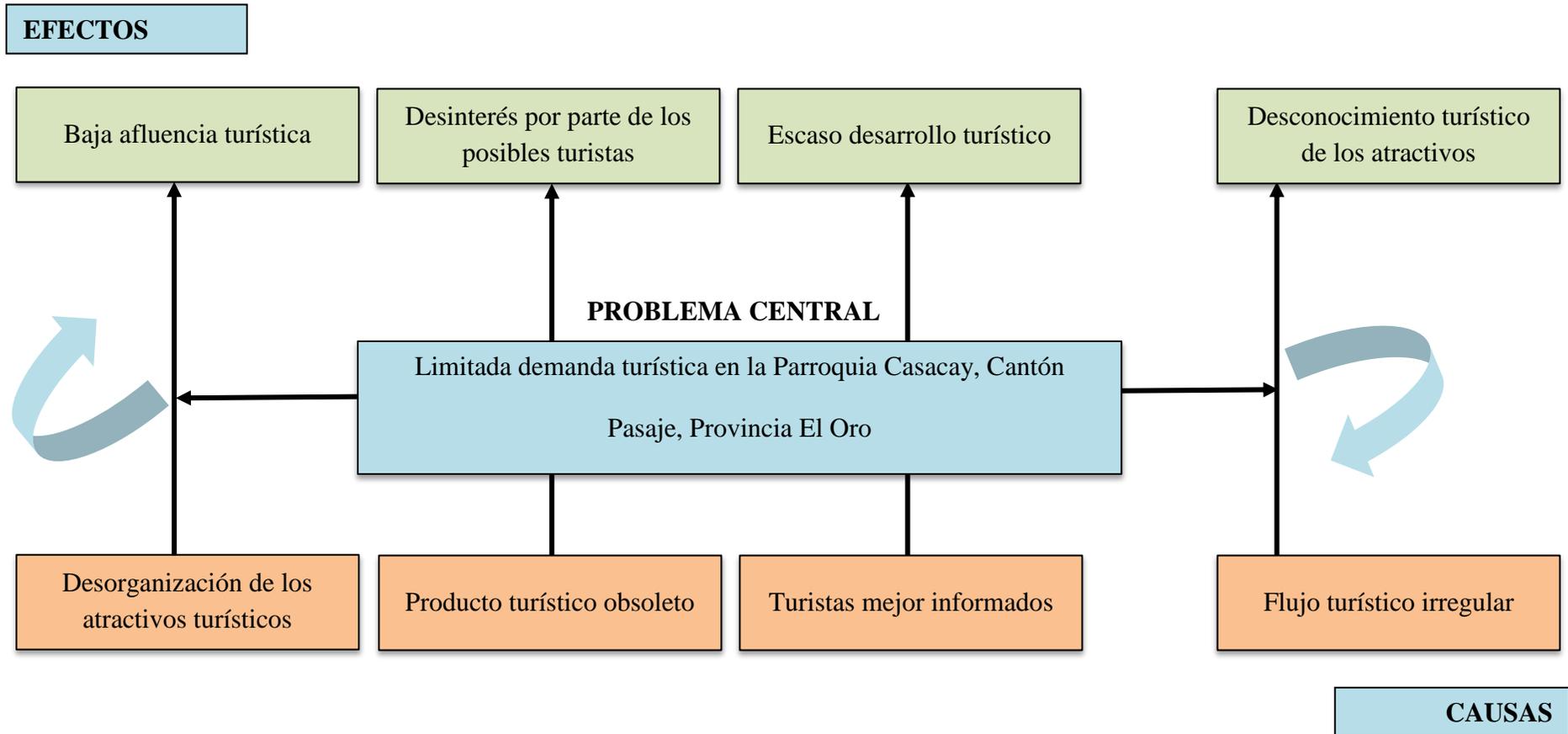
- Organización Mundial del Turismo. (2021). *unwto*. [https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=Visitante%3A%20Un%20visitante%20es%20una,visitado%20\(RIET%202008%2C%20p%C3%A1rr.](https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=Visitante%3A%20Un%20visitante%20es%20una,visitado%20(RIET%202008%2C%20p%C3%A1rr.)
- Pineda, A., Sojos, G., & Calle, M. (2019). Análisis del Sistema Turístico de la Parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 15(2), 162-169. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2019000200162>
- Pinto, G. (2019). *Recursos naturales y culturales para la gestión del turismo alternativo en el distrito de Santa Rosa- Melgar 2018*. Puno: Universidad Nacional Altiplano. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/11271/Pinto_Zamata_Guido_Froilan.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rivas, H. (2016). *Elementos para la gestión de Destinos Turísticos*. Chile: Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR. Retrieved Diciembre de 2021, from <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/Manual-de-Destinos-Elementos-para-la-gestio%CC%81n-de-destinos-turisticos-1.pdf>
- Rodríguez, M. (2003). *Características de la oferta y la demanda turísticas*. Chile: Universidad Tecnológica de Chile, INACAP.
- Román, J. (s.f.). *Planificación y Proyectos Turísticos*.
- Sancho, A. (1994). *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo (OMT). Retrieved 1 de Febrero de 2022, from <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Santana, C. (2015). *Operación turística*. Universidad Tecnológica ECOTEC. https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2015F_TUR300_11_54582.pdf
- Siberman, A. (2008). *Clasificación de los recursos turísticos*. HUMANINDEX. http://www.igeograf.unam.mx/Geodig/antologia/index.html/pdf/2_garcia.pdf
- Sistema Nacional de Información (SNI). (2021). *Metodología para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Instalaciones Turísticas*. Ministerio de Desarrollo Social y Familia. http://sni.gob.cl/storage/docs/Metodologia_para_proyectos_de_Instalaciones_Turisticas.pdf
- Socatelli, M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. En Intermark (Ed.). Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. Retrieved Diciembre de 2021, from <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Soria, V. (2021). *Posicionamiento de atractivos turísticos y su incidencia en la demanda turística del cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi. Tesis de Pregrado*. Latacunga: Universidad de las Fuerzas Armadas. Retrieved Diciembre de 2021, from <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/24356/1/T-ESPEL-ITH-0162.pdf>
- Supo, J. (2012). *Metodología de la investigación científica*. Seminarios de Investigación Científica. Retrieved Enero de 2022, from <http://red.unal.edu.co/cursos/ciencias/1000012/un3/pdf/seminv-sinopsis.pdf>
- Ucha, F. (Marzo de 2010). *Definición ABC*. Retrieved Diciembre de 2021, from <https://www.definicionabc.com/general/turista.php>
- Ucha, F. (2015). *Definición de Estadía*. Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/estadia.php>
- UECOTEC. (2020). *Administración de empresas turísticas*. Concepto, elementos y funciones de la empresa turística: https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2020D1_TUR315_01_145361.pdf

Universidad Tecnológica ECOTEC. (s.f.). *Operación Turística*.
https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2015F_TUR300_11_54582.pdf
Vallejo, A., & Álvarez, J. (2022). Impacto del Covid-19 en la demanda turística de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. *Rehuso*, 7(1), 33-47.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.5814053>

ANEXOS

Anexo 1

Árbol de problemas



Anexo 2

Matriz de Operacionalización de Variables (Variable Independiente)

Variable	Definición	Definición Operacional	Dimensiones o Categorías	Definición	Indicadores	Método, Técnica E Instrumento
Variable Independiente Atractivos turísticos	Los atractivos turísticos se definen como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista, provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico. (Lemoine y otros, 2018, pág. 136)	Un atractivo turístico es un conjunto de bienes materiales e inmateriales que pueden ser transformados en <u>productos turísticos</u> el cual será adquirido por los <u>turistas</u> que visiten dicho destino generando un <u>flujo turístico</u> en el mismo.	Producto turístico	La Organización Mundial del Turismo (2021) dice que un producto turístico es una combinación de <u>elementos materiales e inmateriales</u> , como los <u>recursos naturales, culturales</u> y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las <u>instalaciones</u> , los servicios y las <u>actividades</u> en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. (pág. 1)	<ul style="list-style-type: none"> • Elementos materiales e inmateriales • Recursos naturales y culturales • Instalaciones turísticas • Actividad turística 	Método <ul style="list-style-type: none"> • Inductivo • Deductivo • Analítico • Sintético • Cuantitativo • Cualitativo
			Turista	“Persona que hace una o más <u>excursiones</u> , especialmente alguien que hace esto por <u>recreación</u> ; alguien que viaja por placer o cultura, <u>visitando</u> varios lugares por sus objetos de interés, paisaje, etcétera” (Fundación FRAX, 2016, pág. 6).	<ul style="list-style-type: none"> • Excursiones turísticas • Recreación turística • Visitas turísticas 	Técnica: <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta
			Flujo turístico	Flujo turístico es el resultado cuantificado del <u>desplazamiento</u> temporal y motivado de viajeros, que desde el lugar de domicilio habitual, se dirigen a otros lugares de destino que ofrecen <u>bienes y servicios turísticos</u> . Es decir, no habla de tránsito de turistas en el destino sino de sus centros emisores hacia el destino. (García, 2013, pág. 9)	<ul style="list-style-type: none"> • Desplazamiento o Bienes turísticos • Servicios turísticos 	Instrumento: <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario • Microsoft Excel • SPSS Statistics v.26.

Anexo 3

Matriz de Operacionalización de Variables (Variable Dependiente)

Variable	Definición	Definición Operacional	Dimensiones o Categorías	Definición	Indicadores	Método, Técnica e Instrumento
Variable Dependiente Demanda turística	La Organización Mundial del Turismo (2021) la demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado. (pág. 1)	La demanda turística la conforman los <u>visitantes</u> o turistas que llegan a un <u>destino turístico</u> ya sea <u>motivados</u> por su belleza natural como servicios ofertados.	Visitantes	Un visitante es una persona que <u>viaja</u> a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una <u>entidad</u> residente en el país o lugar visitado. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que <u>pernocta</u>), o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario. (Organización Mundial del Turismo, 2021, pág. 3)	<ul style="list-style-type: none"> • Pernoctación • Viaje • Entidades turísticas 	Método <ul style="list-style-type: none"> • Inductivo • Deductivo • Analítico • Sintético • Cuantitativo • Cualitativo
			Destino turístico	Es un espacio geográfico determinado con características y rasgos particulares, que cuenta con atractivos y <u>servicios</u> que motivan y facilitan la <u>estadía</u> del turista. Asimismo, con medios que posibilitan su <u>accesibilidad</u> en adecuadas condiciones precio-valor, respaldo de la población local, involucrada en el desarrollo de los diferentes aspectos de la experiencia de visita del turista, y por último una marca que se <u>comercializa</u> teniendo en cuenta su carácter integral. (Cooperación Suiza – SECO, 2014, pág. 9)	<ul style="list-style-type: none"> • Accesibilidad turística • Servicios turísticos • Comercialización • Estadía 	Técnica: <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta
			Motivación turística	Las motivaciones turísticas, son las razones particulares que impulsan a las personas a viajar y que a su vez definen el tipo de viaje que realizan, los lugares que visitan, las <u>actividades</u> y atracciones de las que disfrutan. Todo ello como resultado de <u>satisfacer</u> las <u>necesidades</u> que les estimularon a desplazarse para visitar un lugar según (Socatelli, 2013, pág. 5)	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades turísticas • Satisfacción turística • Actividades turísticas 	Instrumento: <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario • Microsoft Excel • SPSS Statistics v.26.

Anexo 4

Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables/ Dimensiones	Metodología	Población
<p>General</p> <p>¿Cómo se relacionan los atractivos turísticos con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro?</p>	<p>General</p> <p>Analizar la relación entre los atractivos turísticos con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.</p>	<p>General</p> <p>H₁ Los atractivos turísticos se relacionan con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.</p> <p>H₀ Los atractivos turísticos no se relacionan con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.</p>	<p>Variable Independiente</p> <p>Atractivos turísticos</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producto turístico • Turista • Flujo turístico 	<p>Métodos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inductivo • Deductivo • Analítico • Sintético • Cuantitativo • Cualitativo <p>Tipo De Investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • No experimental • Transversal 	<p>Variable Independiente</p> <p>La unidad de análisis para los Atractivos turísticos se considera a los habitantes de la Parroquia Casacay.</p> <p>La unidad de muestreo para los Atractivos turísticos se considera a 50 habitantes aledaños a los atractivos turísticos a estudiar.</p>
<p>Específicos</p> <p>¿Cómo se relaciona el producto turístico con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro?</p>	<p>Específicos</p> <p>Comparar la relación entre el producto turístico con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.</p>	<p>Específicas</p> <p>He₁ El producto turístico se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.</p> <p>He₀ El producto turístico no se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.</p>	<p>Variable Dependiente</p> <p>Demanda turística</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visitantes • Destino turístico • Motivación turística 	<p>Diseño De Investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exploratorio • Descriptivo • Correlacional • Campo • Documental 	<p>Variable Dependiente</p> <p>La unidad de análisis para la Demanda turística se enfoca en los turistas que ingresan a la Parroquia Casacay.</p>
<p>¿Cómo se relaciona el turista con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro?</p>	<p>Establecer la relación entre el turista con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.</p>	<p>He₁ El turista se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.</p> <p>He₀ El turista no se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.</p>			<p>La unidad de muestreo para la Demanda turística se enfoca en 50 turistas que ingresan a los diversos atractivos turísticos de la Parroquia Casacay.</p>
<p>¿Cómo se relaciona el flujo turístico con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro?</p>	<p>Encontrar la relación entre el flujo turístico con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.</p>	<p>He₁ El flujo turístico se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.</p> <p>He₀ El flujo turístico no se relaciona con la demanda turística en la Parroquia Casacay, cantón Pasaje, provincia El Oro.</p>			

Anexo 5

Matriz Estado del Arte: Variable dependiente "Demanda turística"

VARIABLE DEPENDIENTE	Art. 1	Art. 2	Art. 3	Art. 4
Título (Referencia)	Impacto del Covid-19 en la demanda turística de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo	Demanda de turismo internacional en tiempos de covid-19 en la región de Puno - Perú	Dimensiones de la demanda turística española: caracterización de las comunidades autónomas según la motivación de los viajeros españoles (2016)	Segmentación de la demanda turística colombiana que visitan la Zona de Planificación 1 más la provincia de Pichincha en Ecuador
Autor	Andrea Priscila Vallejo Moyano & José Medardo Álvarez Román	Luis Francisco Laurente Blanco	María Jesús González González & María Eva Vallejo Pascual	Nelson García-Reinoso; David García-Moreira; Yomara Quintero-Ichazo
Nombre de la Revista	REHUSO (Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales)	SCIELO (Economía Coyuntural)	PASOS (Revista de Turismo y Patrimonio Cultural)	SCIELO (Revista interamericana de ambiente y turismo)
Fecha de publicación	3 de enero de 2022	25 de marzo de 2021	20 de enero de 2021	31 de diciembre de 2020
Problema / Propósito / Objetivo	Evaluar el impacto del Covid-19 en la demanda turística de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.	Conocer el comportamiento de la demanda de turismo internacional en la región de Puno y proyectarla a futuro haciendo uso de modelos de series de tiempo con información mensual del período 2003 a 2019.	Identificación de las dimensiones que motivan la demanda turística española, según la comunidad autónoma de destino, a partir de los viajes realizados por los viajeros españoles recogidos por la Encuesta de Turismo de Residentes (ETR) para el año 2016, que elabora el Instituto Nacional de Estadística.	Caracterizar la demanda colombiana en función del consumo de productos y servicios turísticos, valoración, satisfacción y posicionamiento que ocupa la Zona de Planificación 1 y la provincia de Pichincha de Ecuador.
Marco de referencia / Autores / Conceptos	Impacto, pandemia, Covid-19, demanda, Chimborazo. En este mismo sentido, se ha determinado que la pandemia tiene una influencia significativa en el comportamiento del turismo, debido principalmente a que el tráfico internacional de viajeros es considerado como uno de los principales focos de contagio. El Covid-19, ha generado una paralización nunca experimentada en el sector turístico (Félix y García 2020).	Estacionalidad del turismo, lago Titicaca, turismo en el Perú, modelos <i>ARIMA</i> , aislamiento social.	Demanda turística; Comunidades autónomas españolas; Caracterización; motivación de los viajeros; Análisis de correspondencias simples. La calidad territorial también es importante a la hora de escoger una comunidad u otra por los visitantes, ya que cada vez más los españoles escogen, además de los destinos tradicionales, por lugares con recursos culturales y actividades relacionadas con el ocio (Buckley,2011)	Demanda turística, mercado turístico, motivaciones turísticas, segmentación.
Tipo de estudio / Diseño	No experimental y transversal, exploratoria, descriptiva y correlacional	Metodología <i>ARIMA</i> y las pruebas estadísticas	La técnica factorial denominada Análisis de Correspondencias Simples.	Algoritmo mixto: taxonomía jerárquica con el método de Ward y agregación alrededor de centros móviles (K-medias)

Sujetos	Turistas que visitan el área y prestadores de servicios	Arribos de turistas internacionales a Puno	Turistas	Turistas y excursionistas colombianos mayores de 18 años, que cruzaban por el puente internacional de Rumichaca
Instrumentos	Encuestas	Modelo <i>SARIMA</i> (6, 1, 24) (1, 0, 1) ₁₂	Encuesta continua	Encuestas
Categoría de análisis	Cuantitativo - inductivo	Modelos autorregresivos y medias móviles <i>ARIMA</i>	Cualitativo – cuantitativo	Exploratorio
Limitaciones / Recomendaciones	La demanda se volvió renuente ante la posibilidad de retomar la práctica turística, por lo que la oferta de actividades debió adaptarse no sólo al cumplimiento de la normativa en el marco de la pandemia, sino también la salvaguarda sanitaria que hoy por hoy es exigida por los visitantes. / Se exhorta a la formulación de estudios sobre el comportamiento de la demanda durante los periodos de pandemia y postpandemia por Covid-19. Es imperativo, trabajar también, en la formulación e implementación de programas y proyectos estratégicos para la reactivación del turismo, enfocados en garantizar la seguridad y la recuperación la confianza de los visitantes nacionales y extranjeros y, cuyo efecto será minimizar los impactos provocados por el Covid-19 sobre uno de los elementos constitutivos del sistema turístico; la demanda.	Los resultados de la presente investigación son de utilidad para conocer el comportamiento futuro del arribo de turistas y puede ayudar a este sector en tomar una adecuada planificación en términos de pérdida económica y en estrategias de reactivación.	Como limitaciones de este estudio se puede tomar la ausencia de caracterización de la demanda turística de la Comunidad Foral de Navarra, pero también poco definida para La Rioja o Cantabria. / Difundir la oferta de equipamientos y playas de País Vasco, y también de Galicia, Cantabria y Principado de Asturias, podría tornarse interesante para estas comunidades autónomas.	La oferta turística y las estrategias de comercialización deben orientarse hacia aquellos segmentos de consumidores que más valoren los atractivos que constituyen ventajas diferenciales de la zona: fundamentalmente los aspectos culturales; patrimoniales y naturales del territorio.
Principales resultados	El Covid-19 tuvo un impacto significativo en la demanda turística de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, lo que se tradujo en una limitación en el desarrollo económico y social de los actores turísticos y social de los actores turísticos que trabajan dentro del área protegida.	Para mitad del año 2020, por motivo de COVID-19, hubo una pérdida de 116,213 turistas; y de continuar la restricción por la pandemia, se estima que para fin del año 2020 habrá una pérdida de 327,904 arribos de turistas internacionales. Asimismo, el trabajo presenta proyecciones mensuales (y balance) para el año	Se han identificado dimensiones de demanda relacionadas con el ocio: búsqueda de sol y playa; turismo de naturaleza y/o deportivo, y turismo cultural. Y también dimensiones por motivo profesional y personal.	Se concluye que la segmentación proporciona información relevante para mejorar la calidad en los productos y servicios turísticos; lo que permite diseñar estrategias de marketing que apoyen alcanzar un mejor posicionamiento turístico de la Zona de Planificación 1 y la provincia de Pichincha de Ecuador, en correspondencia con los perfiles de turistas colombianos y el mercado objetivo.

2021 bajo un escenario de aislamiento por COVID-19 en la región.

Link

<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Rehuso/article/view/4265/4012>

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-06222021000100004

<https://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/1777/1566>

https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-235X2020000200136&script=sci_abstract

Anexo 6

Matriz Estado del Arte: Variable independiente "Atractivos turísticos"

VARIABLE INDEPENDIENTE	Art. 1	Art. 2	Art. 3
Título (Referencia)	Los atractivos turísticos de Manta y su incidencia en el desarrollo económico de las parroquias urbanas y rurales	Los atractivos turísticos y su impacto en el perfil costero de Manabí – Ecuador	Diagnóstico de atractivos turísticos del cantón Zaruma para potencializar la actividad turística.
Autor	Temístocles Deodato Loor Chávez, Walter Humberto Villamarin Villota, Estela Rossana Sabando Mendoza, Rossanna Kimena Arteaga Flores, Rafer Henry Cruz Mera, Ana Elena Arias Arias	Carlos Alberto Gonzáles Ugarte, Maritza Sandra piba que Pionce & Libia Soledad Ayón Villafuerte	Freire Giler Henry Milton
Nombre de la Revista	Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas Económicas y Contables)	Sathiri: Sembrador	Repositorio UTMACH (Universidad Técnica de Machala – Ciencias Empresariales)
Fecha de publicación	27 de abril de 2020	30 de junio de 2019	05 de febrero de 2019
Problema / Propósito / Objetivo	La temática está relacionada con un aspecto vital para la sostenibilidad territorial, fundamentada en dos variables íntimamente relacionadas, como son: “los atractivos turísticos y el desarrollo económico”.	Determinar cuáles serían las principales estrategias que se aplicarían de manera jerárquica y socializarlos con la comunidad motivándolos a su propio desarrollo.	¿La promoción realizada por parte de la Unidad de Promoción y Difusión Turística del GAD está teniendo cambios a futuros?
Marco de referencia / Autores / Conceptos	Sitios recreativos naturales; promoción turística; economía urbana; rural y regional; desarrollo económico. El producto turístico, aludiendo que es “una mezcla compleja de elementos modulados en torno a un actor principal que es el turista, con el objetivo de satisfacer sus necesidades, fruto de las expectativas creadas por el perfil de un destino determinado”	Perfil costero, afluencia de turistas, estrategias turísticas, desarrollo socioeconómico, cultural. Se sustenta esta investigación bajo el marco legal, partiendo de la constitución de la república que manifiesta: “La mayor ventaja comparativa con la que cuenta el país es su biodiversidad, por ello es fundamental saberla aprovechar de manera adecuada, mediante su conservación y su uso sustentable” (SEMPLADES, 2013)	Turismo, Zonificación, Jerarquización, GAD, I-tur, Diagnóstico, Destino Turístico. La infraestructura son elementos que no solo buscan directamente satisfacer a los turistas, sino que al ser servicios básicos sirven para que se pueda dar un turismo responsable. Mejorando las experiencias de los turistas y la calidad de vida de los residentes del lugar. Sin estos servicios sería prácticamente imposible realizar una actividad en dicho territorio, estableciendo como algo necesario para ser eje de desarrollo en el turismo.
Tipo de estudio / Diseño	La estructura metodológica está dada por la aplicación de varios tipos de investigación, como del método inductivo completo.	Métodos descriptivos, de observación, de análisis bibliográfico, el inductivo- deductivo, y el analítico – sintético.	La metodología inductiva, análisis del DAFO
Sujetos	las parroquias urbanas y rurales de la ciudad de Manta, provincia de Manabí.	Las comunidades del perfil costero de Manabí	Los atractivos turísticos del cantón Zaruma
Instrumentos	Encuesta en Escala de Likert	Encuestas	Fichas de investigación de jerarquización de atractivos donde se obtendrán como resultados el funcionamiento del sistema turístico del sector. Así

Categoría de análisis	Exploratoria, descriptiva, explicativa, documental, de campo, correlacional, y cuantitativa	Inductivo - Deductivo	mismo, se tendrán resultados mediante el método de observación para concluir en realidades concretas y deducir en la investigación. Inductiva
Limitaciones / Recomendaciones	<p>Implica trabajar para la mejora de la infraestructura física (carreteras, vías de acceso, servicios básicos, etc.), el patrimonio arquitectónico, cultural y sobre todo el natural, puesto que hoy está más amenazado que nunca, dado que el crecimiento demográfico trae consigo necesidades de asentamiento, como la dotación de obras elementales (agua, luz, alcantarillado, telefonía, recolección de basura, etc.). Estos aspectos de no ser considerados atentaran terriblemente al hábitat natural, y por ende a los atractivos turísticos del Cantón Manta, lo cual mermaría su desarrollo económico y social.</p> <p>Un resultado en el supuesto general de 0,995, demostrando que existe una “magnitud muy alta de correlación” entre las variables (independiente y dependiente).</p>	<p>Falta de promoción y aplicación de nuevas estrategias publicitarias para atraer la afluencia de turistas conllevan a un lento desarrollo en el cantón. / Se pudo identificar un total de 53 atractivos a lo largo del perfil costero, mismos que necesitan ser visitados por turistas nacionales, extranjeros que apuestan por la variedad de atractivos que se encuentran en lugares con potencialidad o posibilidad de explotación turística, específicamente en el cantón Puerto López.</p> <p>Después del análisis se concluye que los atractivos turísticos ratifican el impacto en el perfil costero de Manabí, en especial de Puerto López, debe precisarse entonces su identificación; es así que resulta necesario el inventario turístico y la demanda turística, porque a través de turistas locales, nacionales y extranjeros se alberga actividades recreativas en contacto con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar de la preservación de los elementos y recursos naturales y culturales.</p> <p>Un aspecto principal para destacar con relación a los resultados obtenidos es que la información recabada a través de los instrumentos utilizados (cuestionario y observación) muestra un grado de congruencia entre sí.</p>	<p>En la actualidad el cantón se encuentra en un estado crítico en el aspecto del subsuelo, esto se da por la gran cantidad de mineros que se encuentran trabajando en la zona ilegal e irresponsablemente, aunque si se han tomado las medidas necesarias por parte de las autoridades competentes. / Se ve la necesidad de realizar más promoción o actividades para impulsar el turismo en el cantón con nuevas tendencias o métodos que aporten al desarrollo turístico, siendo así más competitivo en el mercado turístico.</p> <p>Se pudo hacer relevancia en las características de los atractivos turísticos para poder establecer una tabla de jerarquización. Tomando en cuenta la información levantada se ha establecido varias alternativas para el fortalecimiento en el sector turístico y a su vez un impulso al desarrollo sostenible. Implementar varias propuestas para impulsar la afluencia de turistas, en las propuestas está el convenio con diferentes empresas, las campañas internas y externas, y la implementación de rutas y circuitos para que el consumidor haga uso de este servicio.</p>
Principales resultados			
Link	https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/articloe/view/200/328	https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/sathiri/article/view/814/2347	http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/4800/13913/3/ECUACE-2019-HT-DE00154.pdf

Anexo 7

Encuesta de la variable independiente: Atractivos turísticos



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

TEMA: “ATRATIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA CASACAY, CANTÓN PASAJE, PROVINCIA EL ORO”

Cuestionario dirigido a los habitantes de la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.

Formulario N°: _____

Fecha de la encuesta: _____

Encuestador: Pintado Gavilanes Mercy Dayana

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recolectar datos de la opinión de los habitantes sobre los atractivos turísticos en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.

INSTRUCCIONES GENERALES

- Lea detenidamente cada uno de los ítems y responda según su criterio, teniendo en cuenta la siguiente valoración:
1=Muy malo 2=Malo 3=Regular 4=Bueno 5=Muy bueno
- Marque con un (✓) cada respuesta.
- Los ítems tienen únicamente una respuesta.
- Su criterio será de suma utilidad para el desarrollo del trabajo de investigación.

CONFIDENCIALIDAD

La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.

INFORMACIÓN:

Mercy Dayana Pintado Gavilanes
mercy.pintado@unach.edu.ec
Cel: 0969607676

A. INFORMACIÓN GENERAL

1. ¿Cuál es su género?

2. ¿Cuál es su edad?

18-30		31-40		41-50		51 o más	
-------	--	-------	--	-------	--	----------	--

3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Primaria		Secundaria		Superior no universitaria		Superior universitaria		Postgrado	
----------	--	------------	--	---------------------------	--	------------------------	--	-----------	--

B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N°	Ítems	Parámetros				
		1	2	3	4	5
Dimensiones	Producto turístico	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
1	Estado de conservación de los elementos materiales e inmateriales en la Parroquia Casacay					
2	Uso de los recursos naturales y culturales en la Parroquia Casacay					
3	Estado de las instalaciones turísticas en la Parroquia Casacay					
4	Actividad turística en la Parroquia Casacay					
Dimensiones	Turista					
5	Excursiones turísticas en la Parroquia Casacay					
6	Recreación turística en la Parroquia Casacay					
7	Visitas turísticas en la Parroquia Casacay					
Dimensiones	Flujo turístico					
8	Desplazamiento de turistas en la Parroquia Casacay					
9	Estado de los bienes turísticos en la Parroquia Casacay					
10	Estado de los servicios turísticos en la Parroquia Casacay					

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 8

Encuesta de la variable dependiente: Demanda turística



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

TEMA: “ATRATIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA CASACAY, CANTÓN PASAJE, PROVINCIA EL ORO”

Cuestionario dirigido a los turistas que visitan los atractivos turísticos de la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.

Formulario N°: _____

Fecha de la encuesta: _____

Encuestador: Pintado Gavilanes Mercy Dayana

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recolectar datos de la percepción de los turistas sobre la demanda turística en la Parroquia Casacay, Cantón Pasaje, Provincia El Oro.

INSTRUCCIONES GENERALES

Lea detenidamente cada uno de los ítems y responda según su criterio, teniendo en cuenta la siguiente valoración:

1=Muy malo 2=Malo 3=Regular 4=Bueno 5=Muy bueno

- Marque con un (✓) cada respuesta.
- Los ítems tienen únicamente una respuesta.
- Su criterio será de suma utilidad para el desarrollo del trabajo de investigación.

CONFIDENCIALIDAD

La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.

INFORMACIÓN:

Mercy Dayana Pintado Gavilanes

mercy.pintado@unach.edu.ec

Cel: 0969607676

A. INFORMACIÓN GENERAL

1. ¿Cuál es su género?

2. ¿Cuál es su edad?

18-30		31-40		41-50		51 o más	
-------	--	-------	--	-------	--	----------	--

3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Primaria		Secundaria		Superior no universitaria		Superior universitaria		Postgrado	
----------	--	------------	--	---------------------------	--	------------------------	--	-----------	--

B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N°	Ítems	Parámetros				
		1	2	3	4	5
Dimensiones	Visitantes	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
1	Calidad del servicio para la pernoctación en la Parroquia Casacay					
2	Calidad del viaje hacia la Parroquia Casacay					
3	Calidad del servicio de las entidades turísticas en la Parroquia Casacay					
Dimensiones	Destino turístico					
4	Calidad de la accesibilidad turística en la Parroquia Casacay					
5	Calidad de los servicios turísticos en la Parroquia Casacay					
6	Comercialización de la Parroquia Casacay					
7	Calidad del servicio para la estadía en la Parroquia Casacay					
Dimensiones	Motivación turística					
8	Satisfacción de las necesidades turísticas en la Parroquia Casacay					
9	Satisfacción turística en la Parroquia Casacay					
10	Actividades turísticas en la Parroquia Casacay					

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 9

Matriz de evaluación de expertos de la variable independiente: Atractivos turísticos



Carrera de Gestión Turística
y Hotelera / Turismo
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Silvia M Aldaz Hernández

Título/grado:

Ph.D.....	(x)
Doctor.....	()
Magister.....	()

Universidad en que labora:

Fecha: 03/08/2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“ATRATIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA
CASACAY, CANTÓN PASAJE, PROVINCIA EL ORO”

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: “Atractivos Turísticos ”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre “Atractivos turísticos”

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	x		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	x		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	x		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	x		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	x		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
TOTAL:		11		

Sugerencias: _____



Firma electrónica por:
SILVIA MARIETA
ALDAZ HERNANDEZ

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Lascano Vera Fanny Marylin

Título/grado:

PhD	()
Doctor	()
Magister	(X)

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 27/07/2022/

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
"ATRATIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA CASACAY,
CANTÓN PASAJE, PROVINCIA EL ORO"

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: "Atractivos turísticos"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas/items marcando con "X" en la columna de **SI** o **No**. Asimismo, lo exhortamos en la corrección de las preguntas/items, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia sobre "Atractivos turísticos"

Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta un diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tienen sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de los datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de los instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición es accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:		11		

SUGERENCIAS:



Firmado electrónicamente por:
**FANNY MARYLIN
LASCANO VERA**

Lascano Vera Fanny



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Villa Yáñez Henry Mauricio

Título/grado:

PhD	()
Doctor	()
Magister	(X)

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 29/07/2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
"ATRATIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA CASACAY,
CANTÓN PASAJE, PROVINCIA EL ORO"

El instrumento de medición pertenece a la variable independiente: "Atractivos turísticos"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas/ítems marcando con "X" en la columna de SI o No. Asimismo, lo exhortamos en la corrección de las preguntas/ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia sobre "Atractivos turísticos"

Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta un diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tienen sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de los datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de los instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición es accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:		11		

SUGERENCIAS:



Villa Yáñez Henry

Anexo 10

Matriz de evaluación de expertos de la variable dependiente: Demanda turística



Carrera de Gestión Turística
y Hotelera / Turismo
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

en movimiento

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Silvia Marieta Aldaz Hernández

Título/grado:

Ph.D.....	(X)
Doctor.....	()
Magíster.....	()

Universidad en que labora:

Fecha: 03/08/2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“ATRATIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA
CASACAY, CANTÓN PASAJE, PROVINCIA EL ORO”

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: “demanda turística”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas

Ítem	Pregunta	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1.	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	x		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	x		
3.	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	x		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
6.	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	x		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	x		
10.	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
TOTAL:		11		

Sugerencias: _____



Firmado electrónicamente por:
SILVIA MARIETA
ALDAZ HERNANDEZ

Firma del experto



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Lascano Vera Fanny Marylin

Título/grado:

PhD	()
Doctor	()
Magister	(X)

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 27/07/2022/

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
"ATRATIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA CASACAY,
CANTÓN PASAJE, PROVINCIA EL ORO"

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: "Demanda turística"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas/items marcando con "X" en la columna de SI o No. Asimismo, lo exhortamos en la corrección de las preguntas/items, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia sobre "Demanda turística"

Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta un diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tienen sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de los datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de los instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición es accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:		11		

SUGERENCIAS:



Firma de electrónicamente por:
**FANNY MARYLIN
LASCANO VERA**

Lascano Vera Fanny



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Villa Yánez Henry Mauricio

Título/grado:

PhD	()
Doctor	()
Magister	(X)

Universidad en que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 29/07/2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
"ATRATIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA CASACAY,
CANTÓN PASAJE, PROVINCIA EL ORO"

El instrumento de medición pertenece a la variable dependiente: "Demanda turística"

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas/items marcando con "X" en la columna de SI o No. Asimismo, lo exhortamos en la corrección de las preguntas/items, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia sobre "Demanda turística"

Ítem	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1.	¿El instrumento de medición presenta un diseño adecuado?	X		
2.	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3.	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	X		
4.	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5.	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6.	¿La redacción de las preguntas tienen sentido coherente?	X		
7.	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8.	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de los datos?	X		
9.	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de los instrumentos de medición?	X		
10.	¿El instrumento de medición es accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11.	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL:		11		

SUGERENCIAS:



Firmado electrónicamente por:

**HENRY
MAURICIO
VILLA YANEZ**

Villa Yánez Henry

Anexo 11

Análisis e interpretación de datos de la variable independiente: Atractivos turísticos

- **Información general**

1. **¿Cuál es su género?**

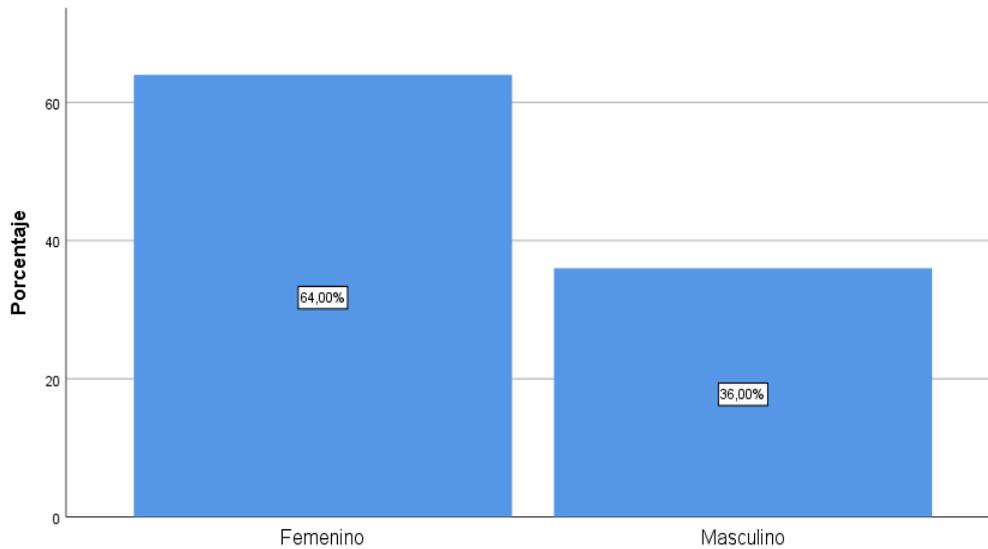
Tabla 25

Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	32	64,0	64,0	64,0
	Masculino	18	36,0	36,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 5

Género



Se observa que según el número de encuestados el 64% son de género femenino, mientras que el 36% son de género masculino. Se concluye que la mayoría de los encuestados con un 64% corresponde al género femenino.

2. ¿Cuál es su edad?

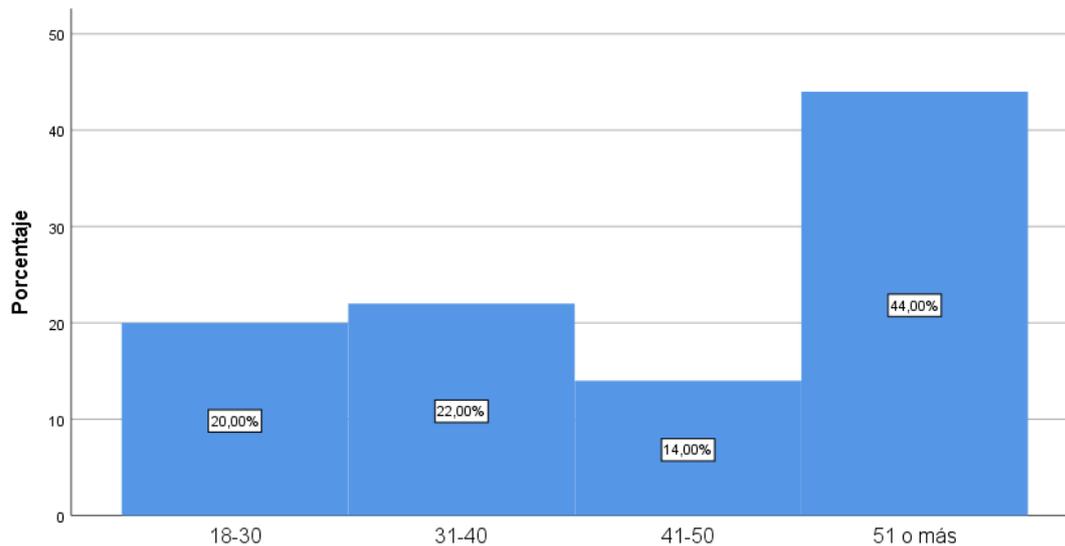
Tabla 26

Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-30	10	20,0	20,0	20,0
	31-40	11	22,0	22,0	42,0
	41-50	7	14,0	14,0	56,0
	51 o más	22	44,0	44,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 6

Edad



Se observa que según el número de encuestados el 44% está entre los 51 o más años, mientras que el 22% está entre los 31 a 40 años, seguido un 20% entre los 18 a 30 años y el 14% de 41 a 50 años. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 44% tienen una edad de 51 años o más.

3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

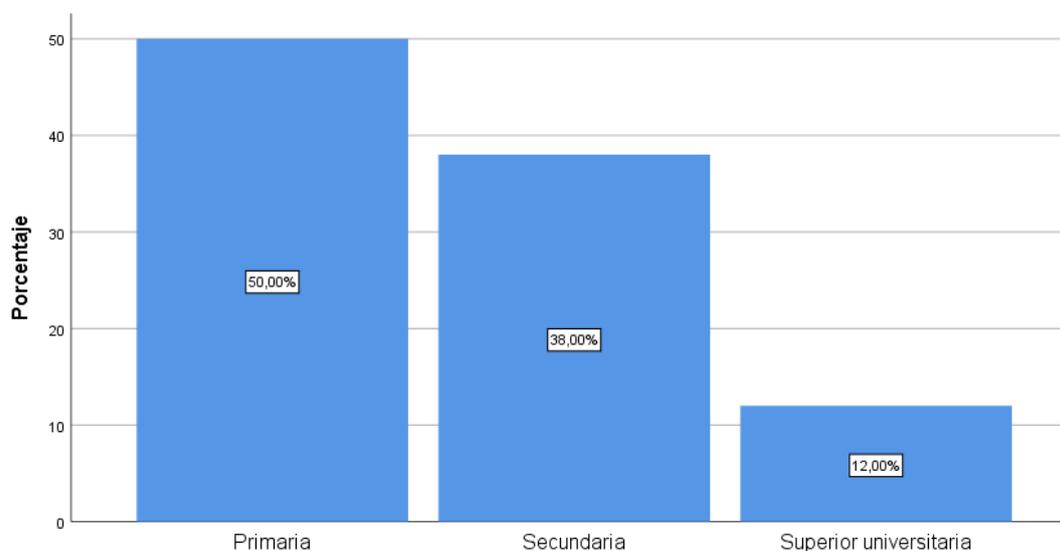
Tabla 27

Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	25	50,0	50,0	50,0
	Secundaria	19	38,0	38,0	88,0
	Superior universitaria	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 7

Nivel de instrucción



Se observa que según el número de encuestados el 50% tienen un nivel de instrucción primaria, mientras que el 38% es de secundaria y el 12% superior universitaria. Se concluye que la mayoría de los encuestados con un 50% tienen un nivel de instrucción primaria.

- **Información específica**

1. **Estado de conservación de los elementos materiales e inmateriales**

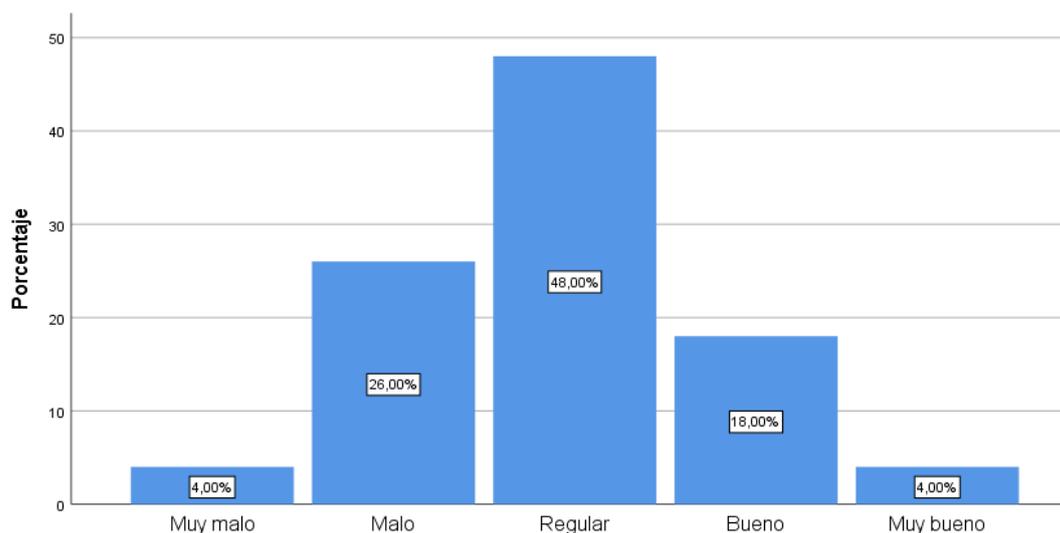
Tabla 28

Elementos materiales e inmateriales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	2	4,0	4,0	4,0
	Malo	13	26,0	26,0	30,0
	Regular	24	48,0	48,0	78,0
	Bueno	9	18,0	18,0	96,0
	Muy bueno	2	4,0	4,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 8

Elementos materiales e inmateriales



Se observa que según el número de encuestados el 48% opinan que el estado de conservación de los elementos materiales e inmateriales en Casacay es regular, el 26% considera que es muy malo, el 18% bueno, un 4% muy malo y finalmente un 4% como muy bueno. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 48% opinan que el estado de conservación de los elementos materiales e inmateriales es regular.

2. Uso de los recursos naturales y culturales en la Parroquia Casacay

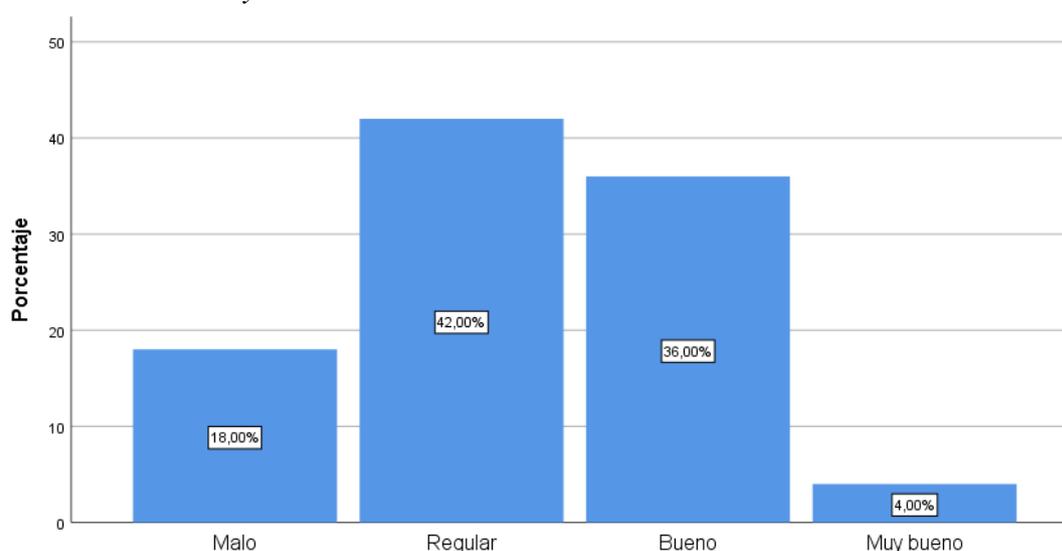
Tabla 29

Recursos naturales y culturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	9	18,0	18,0	18,0
	Regular	21	42,0	42,0	60,0
	Bueno	18	36,0	36,0	96,0
	Muy bueno	2	4,0	4,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 9

Recursos naturales y culturales



Se observa que según el número de encuestados el 42% opinan que el uso de los recursos naturales y culturales en Casacay es regular, el 36% considera que es bueno, el 18% malo y un 4% muy bueno. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 42% opinan que el uso de los recursos naturales y culturales es regular.

3. Estado de las instalaciones turísticas en la Parroquia Casacay

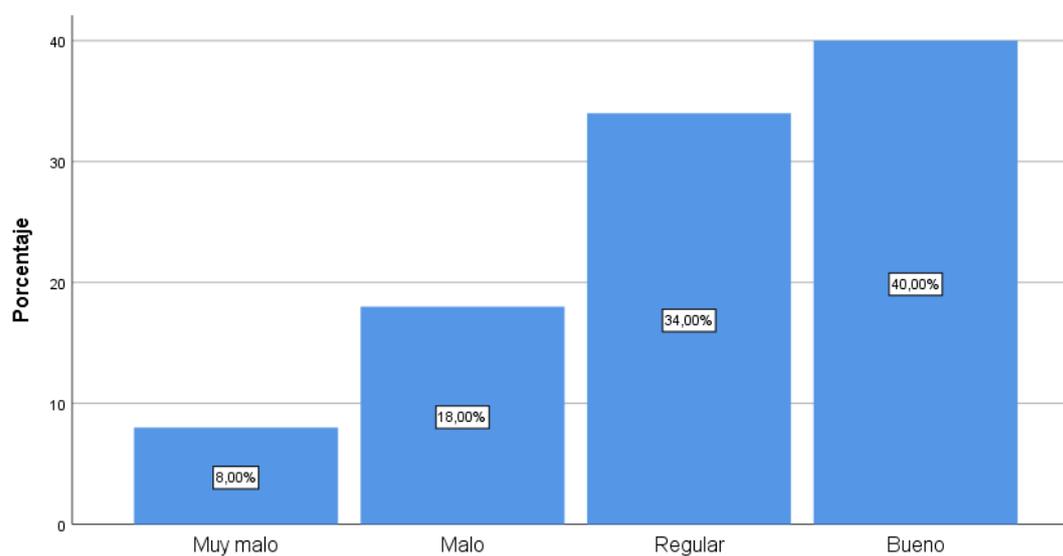
Tabla 30

Instalaciones turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	4	8,0	8,0	8,0
	Malo	9	18,0	18,0	26,0
	Regular	17	34,0	34,0	60,0
	Bueno	20	40,0	40,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 10

Instalaciones turísticas



Se observa que según el número de encuestados el 40% opinan que el estado de las instalaciones turísticas en Casacay es bueno, el 34% considera que es regular, el 18% malo y un 8% muy malo. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 40% opinan que el estado de las instalaciones turísticas es bueno.

4. Actividad turística en la Parroquia Casacay

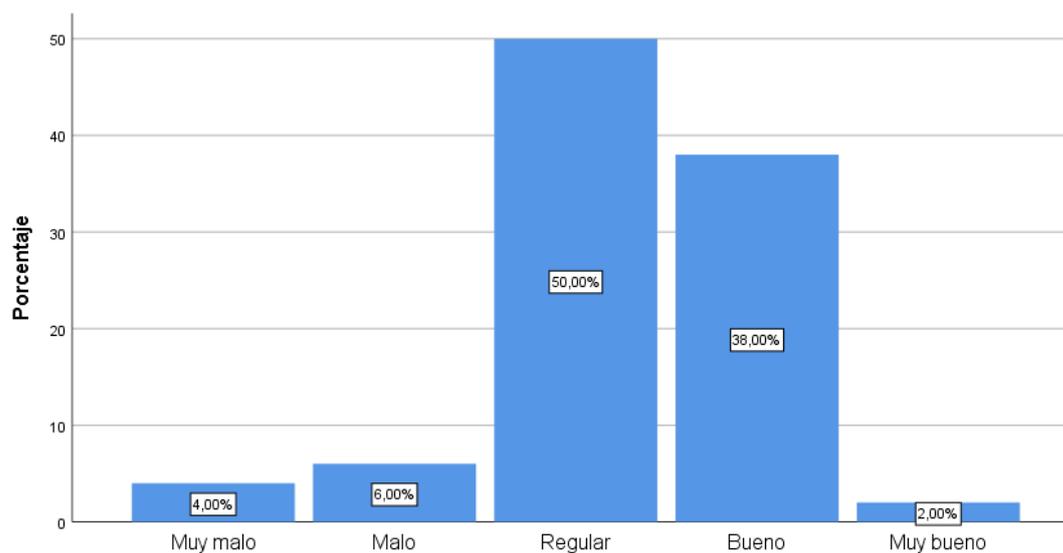
Tabla 31

Actividad turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	2	4,0	4,0	4,0
	Malo	3	6,0	6,0	10,0
	Regular	25	50,0	50,0	60,0
	Bueno	19	38,0	38,0	98,0
	Muy bueno	1	2,0	2,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 11

Actividad turística



Se observa que según el número de encuestados el 50% opinan que la actividad turística en Casacay es regular, el 38% considera que es bueno, el 6% malo, un 4% muy malo y un 2% como muy bueno. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 50% opinan que la actividad turística es regular.

5. Excursiones turísticas en la Parroquia Casacay

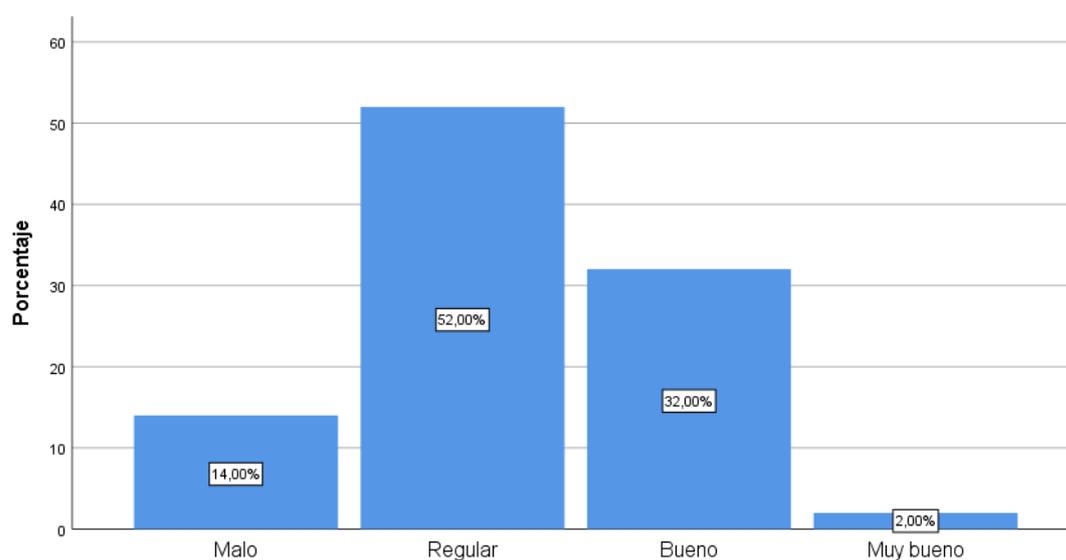
Tabla 32

Excursiones turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	7	14,0	14,0	14,0
	Regular	26	52,0	52,0	66,0
	Bueno	16	32,0	32,0	98,0
	Muy bueno	1	2,0	2,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 12

Excursiones turísticas



Se observa que según el número de encuestados el 52% opinan que las excursiones turísticas en Casacay son regulares, el 32% considera que es bueno, el 14% malo y un 2% muy bueno. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 52% opinan que las excursiones turísticas son regulares.

6. Recreación turística en la Parroquia Casacay

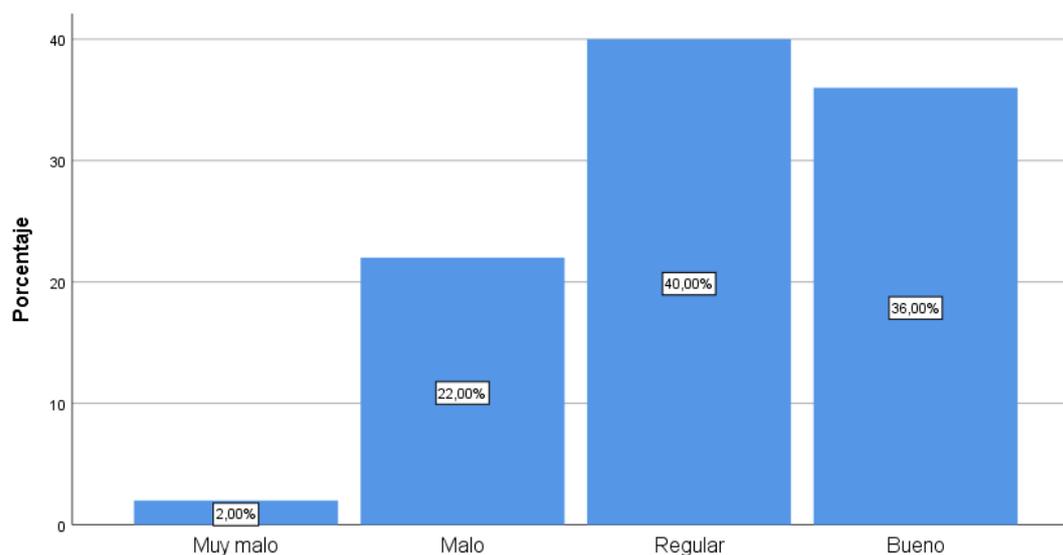
Tabla 33

Recreación turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	1	2,0	2,0	2,0
	Malo	11	22,0	22,0	24,0
	Regular	20	40,0	40,0	64,0
	Bueno	18	36,0	36,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 13

Recreación turística



Se observa que según el número de encuestados el 40% opinan que la recreación turística en Casacay es regular, el 36% considera que es bueno, el 22% malo y un 2% como muy malo. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 40% opinan que la recreación turística es regular.

7. Visitas turísticas en la Parroquia Casacay

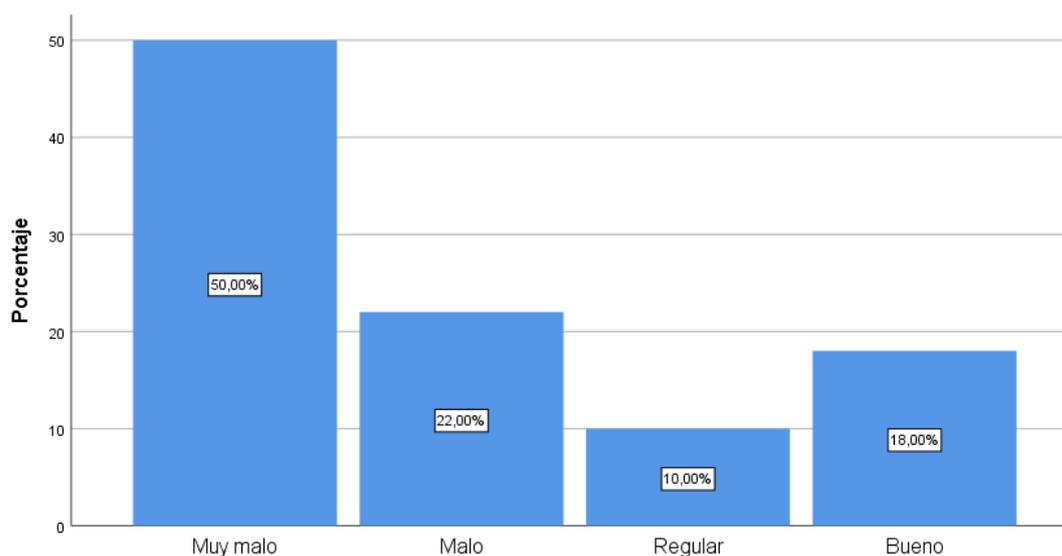
Tabla 34

Visitas turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	25	50,0	50,0	50,0
	Malo	11	22,0	22,0	72,0
	Regular	5	10,0	10,0	82,0
	Bueno	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 14

Visitas turísticas



Se observa que según el número de encuestados el 50% opinan que las visitas turísticas en Casacay son muy malas, el 22% considera que es malo, el 18% bueno y un 10% regular. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 50% opinan que las visitas turísticas son muy malas.

8. Desplazamiento de turistas en la Parroquia Casacay

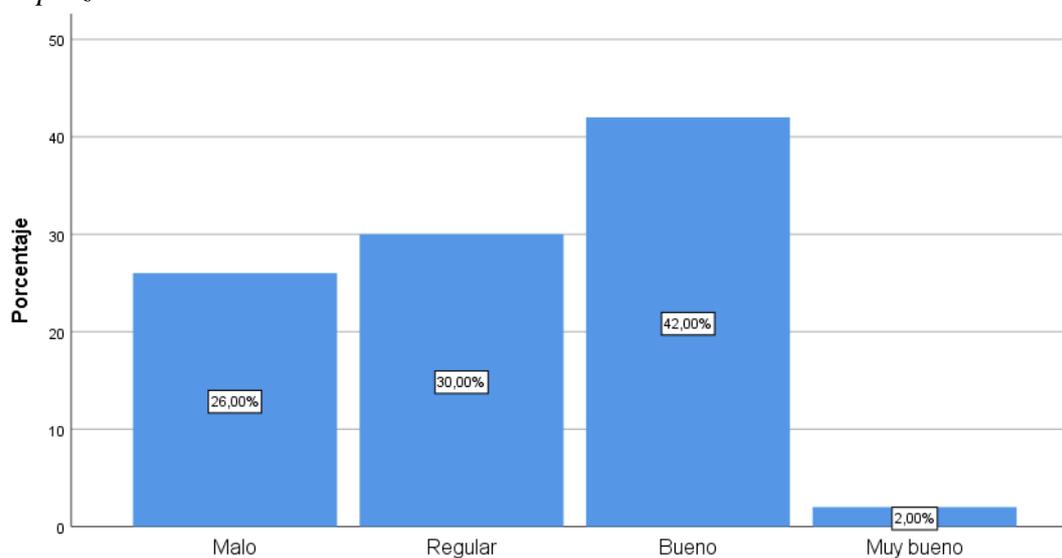
Tabla 35

Desplazamiento de turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	13	26,0	26,0	26,0
	Regular	15	30,0	30,0	56,0
	Bueno	21	42,0	42,0	98,0
	Muy bueno	1	2,0	2,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 15

Desplazamiento de turistas



Se observa que según el número de encuestados el 42% de encuestados opinan que el desplazamiento de turistas en Casacay es bueno, el 30% considera que es regular, el 26% malo, y un 2% muy bueno. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 42% opinan que el desplazamiento de turistas es bueno.

9. Estado de los bienes turísticos en la Parroquia Casacay

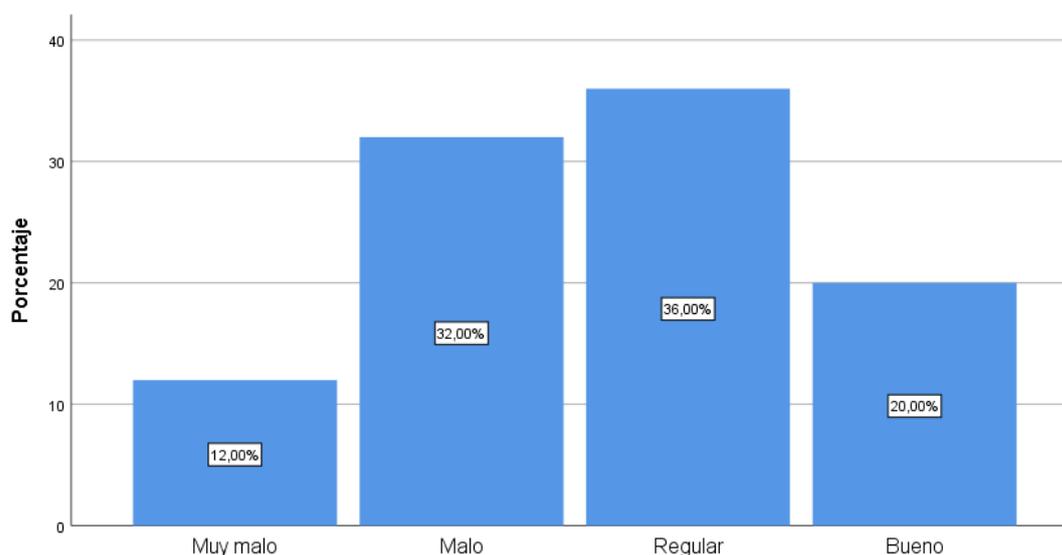
Tabla 36

Bienes turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	6	12,0	12,0	12,0
	Malo	16	32,0	32,0	44,0
	Regular	18	36,0	36,0	80,0
	Bueno	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 16

Bienes turísticos



Se observa que según el número de encuestados el 36% opinan que el estado de los bienes turísticos en Casacay es regular, el 32% considera que es malo, el 20% bueno y un 12% muy malo. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 36% opinan que estado de los bienes turísticos es regular.

10. Estado de los servicios turísticos en la Parroquia Casacay

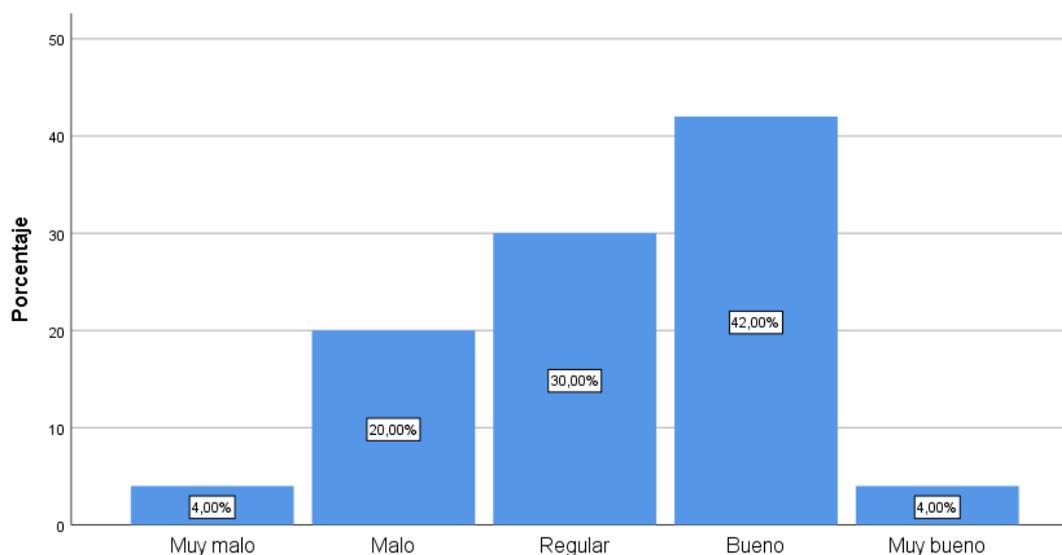
Tabla 37

Servicios turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	2	4,0	4,0	4,0
	Malo	10	20,0	20,0	24,0
	Regular	15	30,0	30,0	54,0
	Bueno	21	42,0	42,0	96,0
	Muy bueno	2	4,0	4,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 17

Servicios turísticos



Se observa que según el número de encuestados el 42% opinan que el estado de los servicios turísticos en Casacay es bueno, el 30% considera que es regular, el 20% malo, un 4% muy malo y un 4% como muy bueno. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 42% opinan que el estado de los servicios turísticos es bueno.

Anexo 12

Análisis e interpretación de datos de la variable dependiente: Demanda turística

- **Información general**

1. **¿Cuál es su género?**

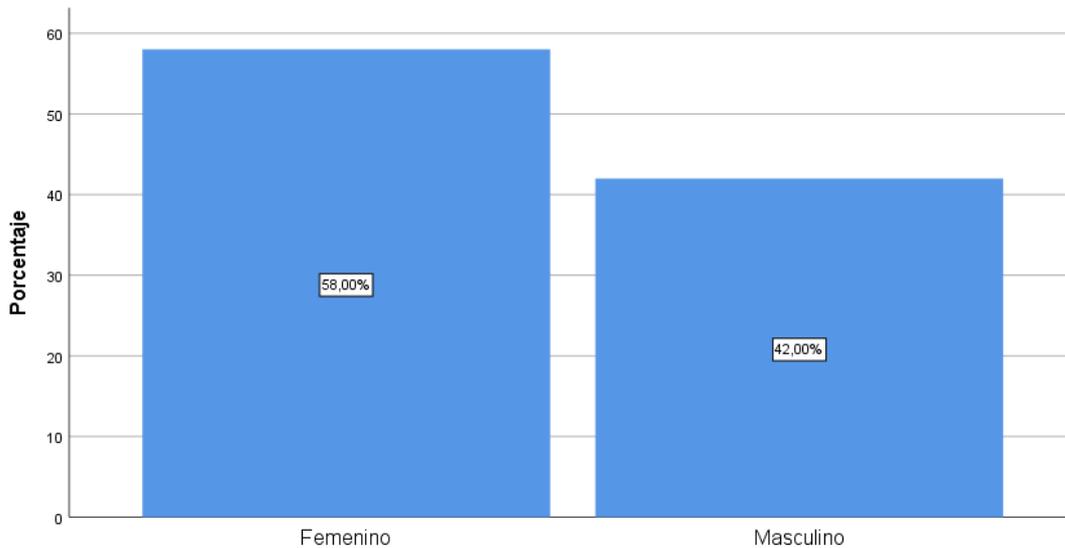
Tabla 38

Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	29	58,0	58,0	58,0
	Masculino	21	42,0	42,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 18

Género



Se observa que según el número de encuestados el 58% son del género femenino, mientras que el 42% son del género masculino. Se concluye que la mayoría de los encuestados con un 58% corresponde al género femenino.

2. ¿Cuál es su edad?

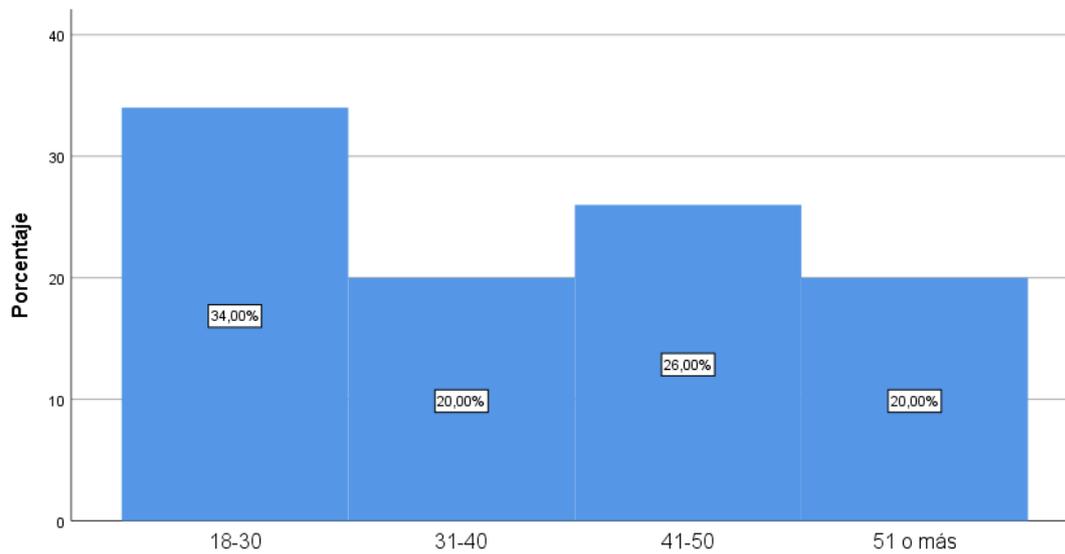
Tabla 39

Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-30	17	34,0	34,0	34,0
	31-40	10	20,0	20,0	54,0
	41-50	13	26,0	26,0	80,0
	51 o más	10	20,0	20,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 19

Edad



Se observa que según el número de encuestados el 34% está entre los 18 a 30 años, mientras que el 26% está entre los 41 a 50 años, seguido un 20% entre los 31 a 40 años y el otro 20% entre 51 o más años. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 34% tienen una edad de 18 a 30 años.

3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

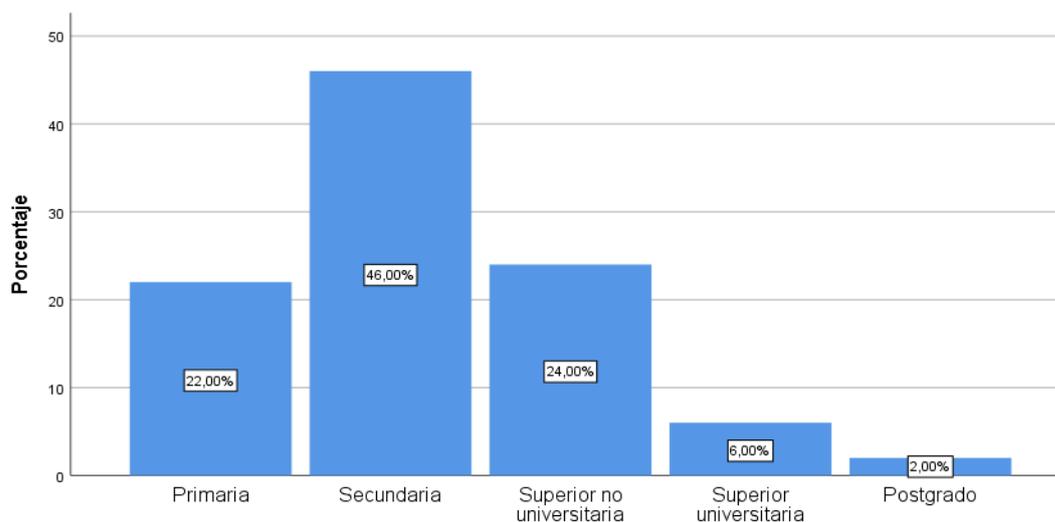
Tabla 40

Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	11	22,0	22,0	22,0
	Secundaria	23	46,0	46,0	68,0
	Superior no universitaria	12	24,0	24,0	92,0
	Superior universitaria	3	6,0	6,0	98,0
	Postgrado	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 20

Nivel de instrucción



Se observa que según el número de encuestados el 46% corresponde a un nivel de instrucción de secundaria, mientras que el 24% es de superior no universitaria, el 22% corresponde a primaria, un 6% superior universitaria y el 2% de postgrado. Se concluye que la mayoría de los encuestados con un 46% tienen un nivel de instrucción secundaria.

- **Información específica**

1. **Calidad del servicio para la pernoctación en la Parroquia Casacay**

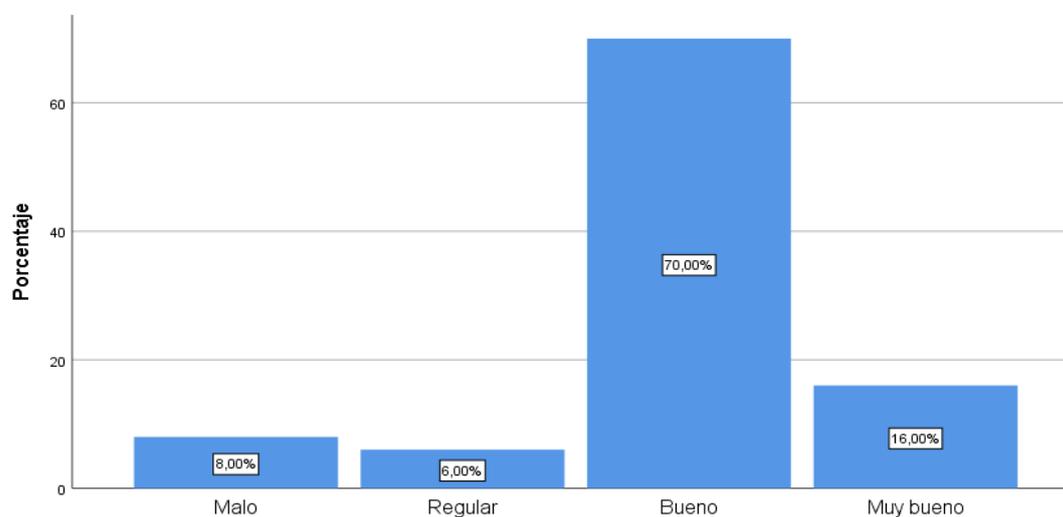
Tabla 41

Pernoctación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	8,0	8,0	8,0
	Regular	3	6,0	6,0	14,0
	Bueno	35	70,0	70,0	84,0
	Muy bueno	8	16,0	16,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 21

Pernoctación



Se observa que según el número de encuestados el 70% opinan que la calidad del servicio para la pernoctación en Casacay es buena, el 16% considera que es muy bueno, el 8% malo y un 6% regular. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 70% opinan que la calidad del servicio para la pernoctación es buena.

2. Calidad del viaje hacia la Parroquia Casacay

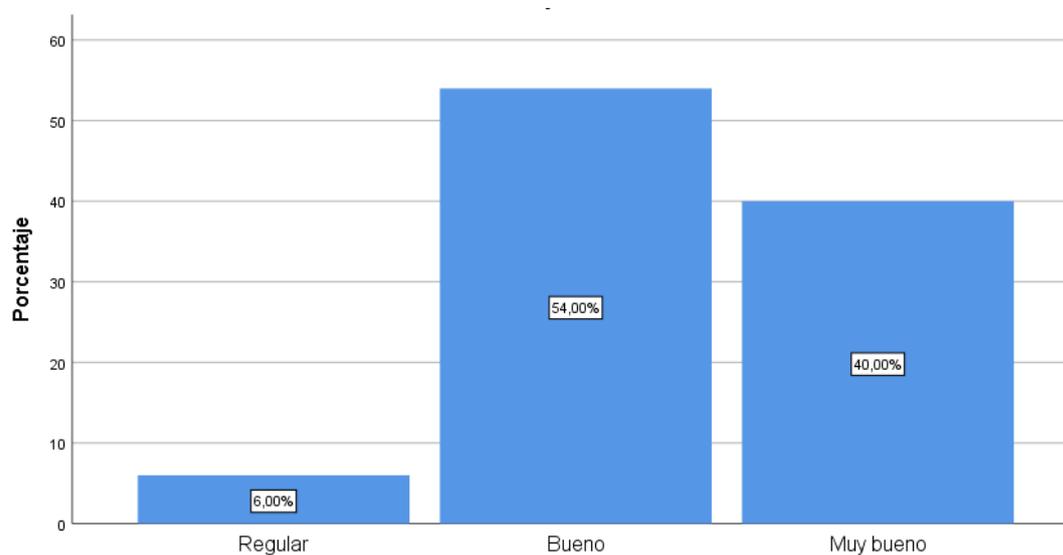
Tabla 42

Viaje

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	3	6,0	6,0	6,0
	Bueno	27	54,0	54,0	60,0
	Muy bueno	20	40,0	40,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 22

Viaje



Se observa que según el número de encuestados el 54% opinan que la calidad del viaje hacia Casacay es buena, el 40% considera que es muy bueno y un 6% como regular. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 54% opinan que la calidad del viaje es buena.

3. Calidad del servicio de las entidades turísticas en la Parroquia Casacay

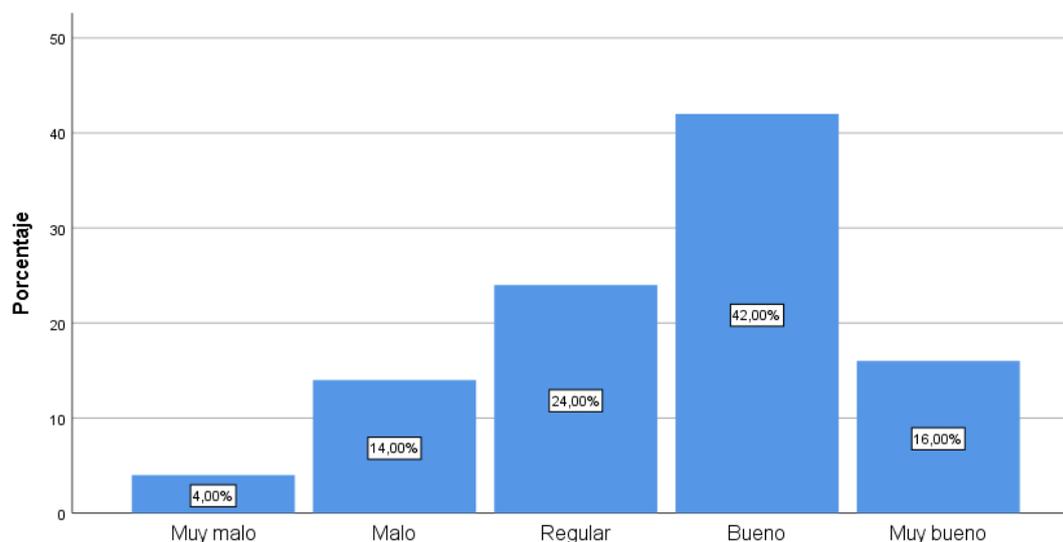
Tabla 43

Entidades turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	2	4,0	4,0	4,0
	Malo	7	14,0	14,0	18,0
	Regular	12	24,0	24,0	42,0
	Bueno	21	42,0	42,0	84,0
	Muy bueno	8	16,0	16,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 23

Entidades turísticas



Se observa que según el número de encuestados el 42% opinan que la calidad de las entidades turísticas en Casacay es buena, el 24% considera que es regular, el 16% muy bueno, un 14% malo y un 4% como muy malo. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 42% opinan que la calidad de las entidades turísticas es buena.

4. Calidad de la accesibilidad turística en la Parroquia Casacay

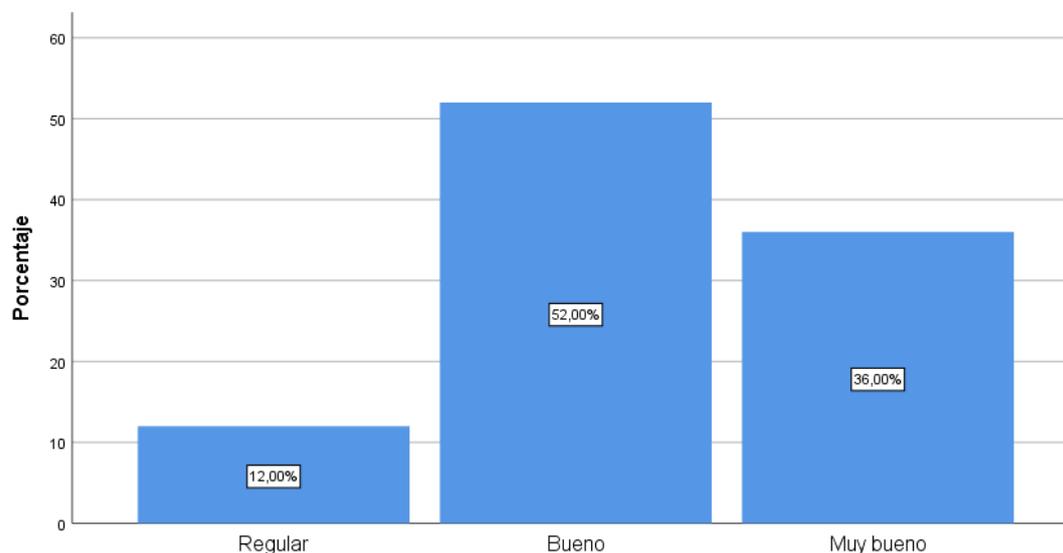
Tabla 44

Accesibilidad turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	6	12,0	12,0	12,0
	Bueno	26	52,0	52,0	64,0
	Muy bueno	18	36,0	36,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 24

Accesibilidad turística



Se observa que según el número de encuestados el 52% opinan que la calidad de la accesibilidad turística en Casacay es buena, el 36% considera que es muy bueno y un 12% como regular. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 52% opinan que la calidad de la accesibilidad turística es buena.

5. Calidad de los servicios turísticos en la Parroquia Casacay

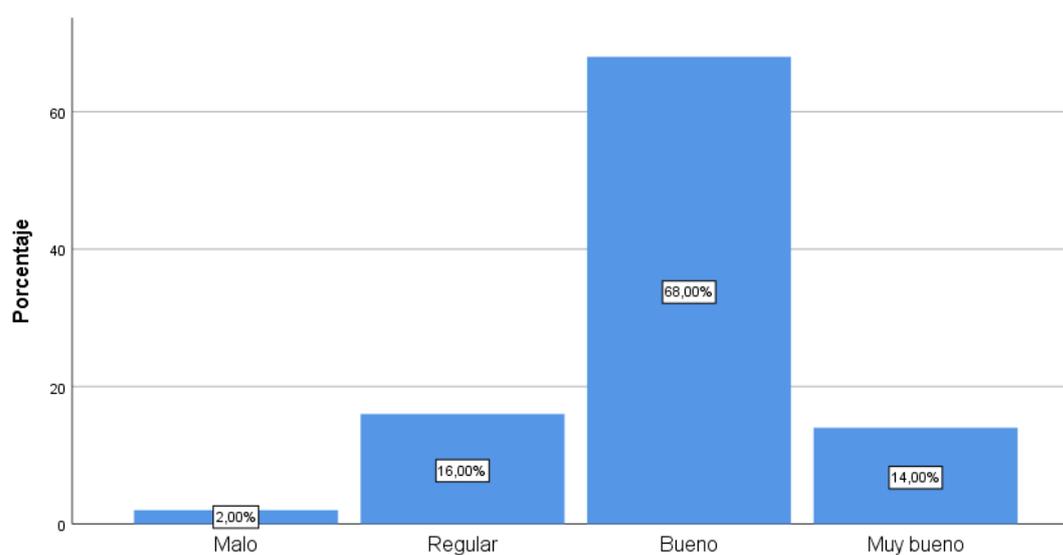
Tabla 45

Servicios turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	1	2,0	2,0	2,0
	Regular	8	16,0	16,0	18,0
	Bueno	34	68,0	68,0	86,0
	Muy bueno	7	14,0	14,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 25

Servicios turísticos



Se observa que según el número de encuestados el 68% opinan que la calidad de los servicios turísticos en Casacay es buena, el 16% considera que es regular, el 14% muy bueno y un 2% como malo. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 68% opinan que la calidad de los servicios turísticos es buena.

6. Comercialización de la Parroquia Casacay

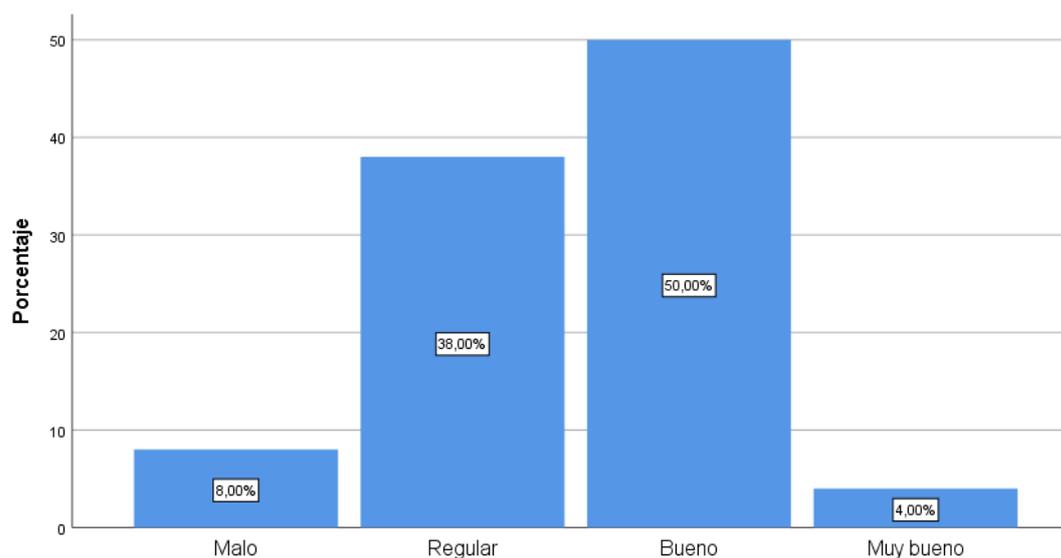
Tabla 46

Comercialización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	8,0	8,0	8,0
	Regular	19	38,0	38,0	46,0
	Bueno	25	50,0	50,0	96,0
	Muy bueno	2	4,0	4,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 26

Comercialización



Se observa que según el número de encuestados el 50% opinan que la comercialización de Casacay es buena, el 38% considera que es regular, el 8% malo y un 4% como muy bueno. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 50% opinan que la comercialización es buena.

7. Calidad del servicio para la estadía en la Parroquia Casacay

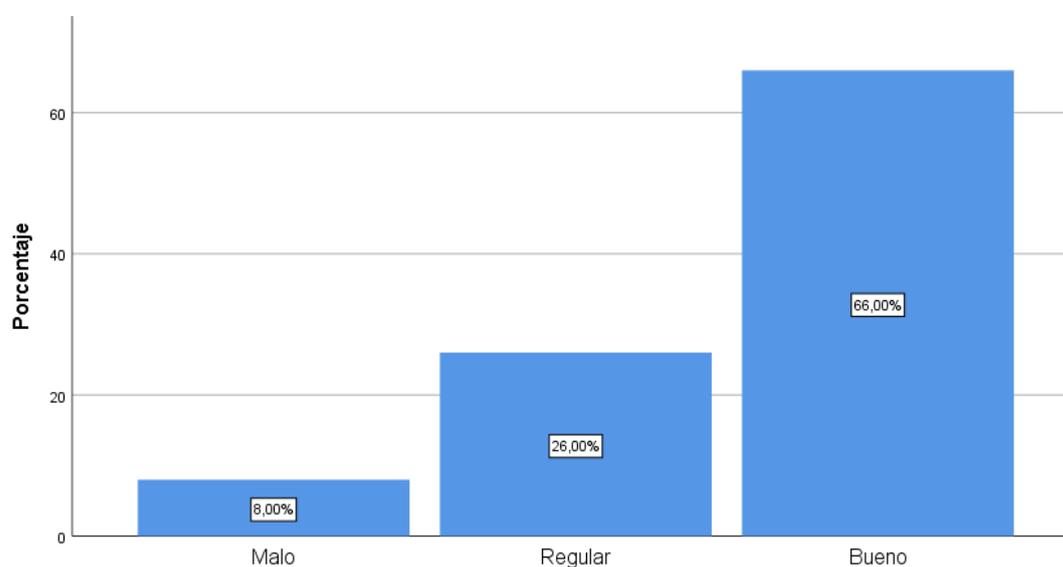
Tabla 47

Estadía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	8,0	8,0	8,0
	Regular	13	26,0	26,0	34,0
	Bueno	33	66,0	66,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 27

Estadía



Se observa que según el número de encuestados el 66% opinan que la calidad de servicio para la estadía en Casacay es buena, el 26% considera que es regular y un 8% como malo. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 66% opinan que la calidad de servicio para la estadía es buena.

8. Satisfacción de las necesidades turísticas en la Parroquia Casacay

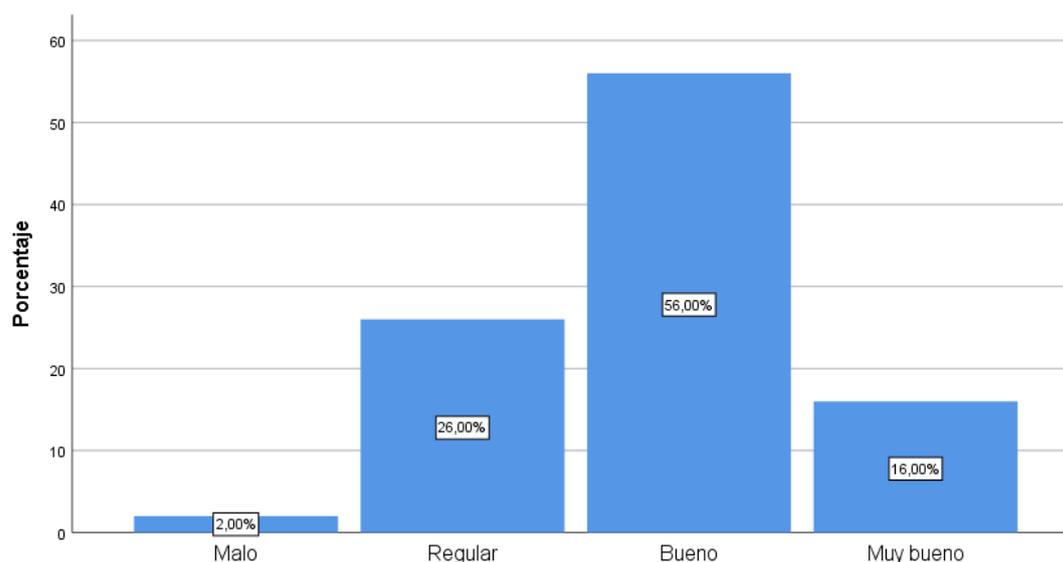
Tabla 48

Necesidades turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	1	2,0	2,0	2,0
	Regular	13	26,0	26,0	28,0
	Bueno	28	56,0	56,0	84,0
	Muy bueno	8	16,0	16,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 28

Necesidades turísticas



Se observa que según el número de encuestados el 56% opinan que la satisfacción de las necesidades turísticas en Casacay es buena, el 26% considera que es regular, el 16% muy bueno y un 2% como malo. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 56% opinan que la satisfacción de las necesidades turísticas es buena.

9. Satisfacción turística en la Parroquia Casacay

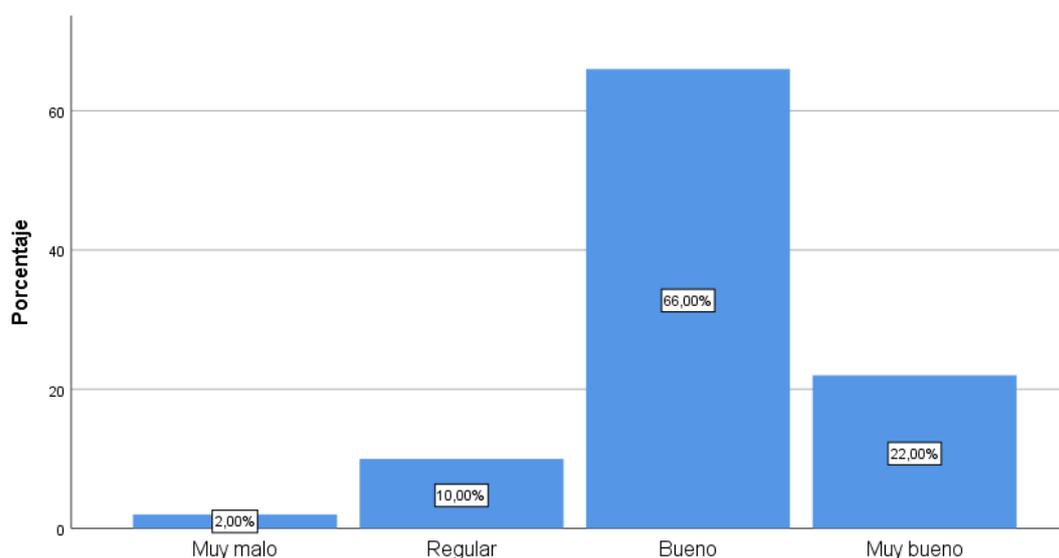
Tabla 49

Satisfacción turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	1	2,0	2,0	2,0
	Regular	5	10,0	10,0	12,0
	Bueno	33	66,0	66,0	78,0
	Muy bueno	11	22,0	22,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 29

Satisfacción turística



Se observa que el 66% de encuestados opinan que la satisfacción turística en Casacay es buena, el 22% considera que es muy bueno, el 10% como regular y un 2% como muy malo. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 66% opinan que la satisfacción turística es buena.

10. Actividades turísticas en la Parroquia Casacay

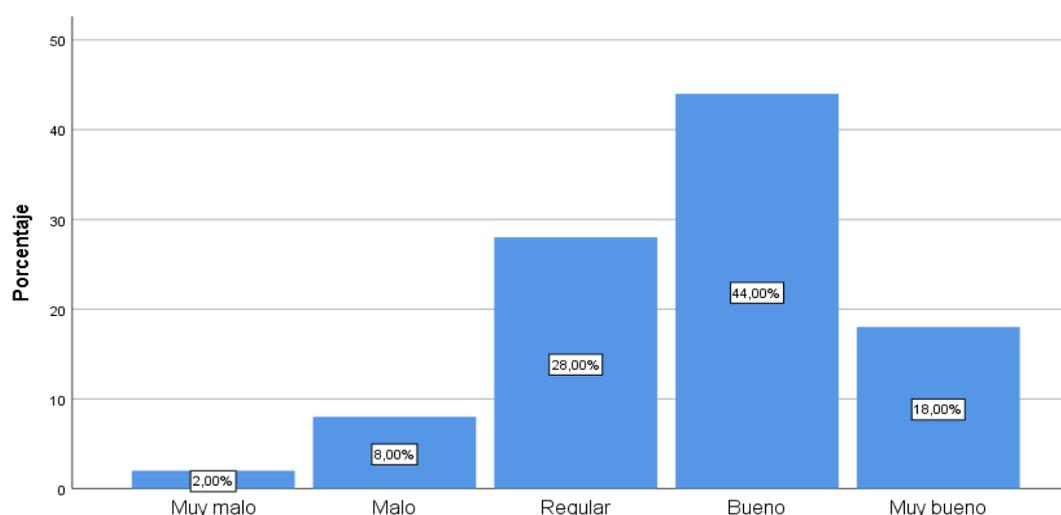
Tabla 50

Actividades turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	1	2,0	2,0	2,0
	Malo	4	8,0	8,0	10,0
	Regular	14	28,0	28,0	38,0
	Bueno	22	44,0	44,0	82,0
	Muy bueno	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 30

Actividades turísticas



Se observa que según el número de encuestados el 44% opinan que las actividades turísticas en Casacay son buenas, el 28% considera que es regular, el 18% como muy bueno, el 8% como malo y un 2% como muy malo. Se concluye que la mayoría de encuestados con un 44% opinan que las actividades turísticas son buenas.

Anexo 13

Diagnóstico situacional turístico (FODA) de la Parroquia Rural de Casacay

LLUVIA DE IDEAS PARA EL ANÁLISIS FODA

Figura 31

Lluvia de ideas para el análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Diversidad de flora y fauna• Existencia de atractivos turísticos naturales que facilitan el desarrollo turístico.• Recursos turísticos• La parroquia cuenta con un plan de ordenamiento territorial.• Clima favorable para la realización de actividades turísticas• Interés local por la actividad turística• Señalética turística	<ul style="list-style-type: none">• No cuenta con estudios de Capacidad de Carga.• Limitada infraestructura turística.• Deficiente mantenimiento a los atractivos turísticos• Deficiente cultura turística.• Inseguridad ciudadana	<ul style="list-style-type: none">• Interés de la parroquia por formar parte de proyectos turísticos.• Fuentes de trabajo para la parroquia en emprendimiento turístico.• Incremento en la demanda de turismo de aventura y naturaleza.• Diversificación de servicios turísticos.• Autoridades que desean incrementar la actividad turística.	<ul style="list-style-type: none">• Escasa promoción turística en los atractivos turísticos.• Limitada planificación institucional• Demanda turística irregular.• Parroquias vecinas con productos turísticos consolidados.• La contaminación causada por las personas dentro de los atractivos turísticos.

Nota. Información obtenida mediante Talleres participativos con el equipo del GAD Parroquial Rural de Casacay

1. Análisis situacional turístico de la Parroquia Casacay

Tabla 51

Matriz FODA: Diagnóstico interno y externo

DIAGNÓSTICO INTERNO	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Existencia de atractivos turísticos naturales que facilitan el desarrollo turístico. 2. La parroquia cuenta con un plan de ordenamiento territorial 3. Clima favorable para la realización de actividades turísticas 4. Señalética turística 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No cuenta con estudios de Capacidad de Carga. 2. Limitada infraestructura turística. 3. Deficiente mantenimiento a los atractivos. 4. Deficiente cultura turística
DIAGNÓSTICO EXTERNO	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Interés de la parroquia por formar parte de proyectos turísticos. 2. Fuentes de trabajo para la parroquia en emprendimiento turístico. 3. Incremento en la demanda de turismo de aventura y naturaleza. 4. Diversificación de servicios turísticos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escasa promoción turística en los atractivos turísticos. 2. Demanda turística irregular. 3. Parroquias vecinas con productos turísticos consolidados. 4. La contaminación causada por las personas dentro de los atractivos turísticos.

2. Priorización de factores internos y externos

Según (Román) para proceder a la priorización en este caso nos valemos de la matriz de priorización que se fundamenta en el principio matemático de análisis por pares. El proceso es el siguiente:

1. Copiamos las fortalezas en la parte superior y a la izquierda del cuadro.
2. Sombreamos los pares que no es posible una comparación entre sí mismos (eliminamos el 50%)
 - a) Comparamos cada fortaleza de la parte izquierda con cada fortaleza en la parte superior:
 - b) Si la que se halla a la izquierda es de mayor impacto (causa), escribimos 1, caso contrario escribimos 0.
 - c) Debajo de la diagonal principal (en cada columna) se debe escribir los valores contrarios obtenidos en cada fila (1, 0).
 - d) En caso de existir un empate se escribe 0,50 en la fila y 0,50 en la columna.
3. Sumamos en forma horizontal. Si existen empates, debemos decidir cuál es de mayor prioridad
4. Obtenemos el porcentaje correspondiente.
5. Se establece el orden de prioridad.

De esta manera, determinar según la puntuación más alta de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas cuales requieren ser intervenidas para la formulación de estrategias y asimismo para la propuesta con dirección ya sea a corto, mediano o largo plazo.

1.1 Fortalezas

Tabla 52

Priorización de las fortalezas

	Existencia de atractivos turísticos naturales que facilitan el desarrollo turístico.	La parroquia cuenta con un plan de ordenamiento territorial	Clima favorable para la realización de actividades turísticas	Señalética turística	TOTAL	PORCENTAJE	ORDEN
N° FORTALEZAS	1	2	3	4		%	
1	Existencia de atractivos turísticos naturales que facilitan el desarrollo turístico.	0,5	1	1	3,5	44%	1°
2	La parroquia cuenta con un plan de ordenamiento territorial	0	0,5	0	0,5	6%	4°
3	Clima favorable para la realización de actividades turísticas	0	1	0,5	1,5	19%	3°
4	Señalética turística	0	1	1	2,5	31%	2°
SUMA					8	100%	

Tabla 53

Fortalezas priorizadas

N° FORTALEZAS PRIORIZADAS	
1°	Existencia de atractivos turísticos naturales que facilitan el desarrollo turístico.
2°	Señalética turística.
3°	Clima favorable para la realización de actividades turísticas.
4°	La parroquia cuenta con un plan de ordenamiento territorial.

1.2 Debilidades

Tabla 54

Priorización de las debilidades

	No cuenta con estudios de Capacidad de Carga.	Limitada infraestructura turística.	Deficiente mantenimiento a los atractivos.	Deficiente cultura turística	TOTAL	PORCENTAJE	ORDEN
N° DEBILIDADES	1	2	3	4		%	
1 No cuenta con estudios de Capacidad de Carga.	0,5	0	0	0	0,5	6%	4°
2 Limitada infraestructura turística.	1	0,5	0	1	2,5	31%	2°
3 Deficiente mantenimiento a los atractivos.	1	1	0,5	1	3,5	44%	1°
4 Deficiente cultura turística	1	0	0	0,5	1,5	19%	3°
SUMA					8	100%	

Tabla 55

Debilidades priorizadas

N° DEBILIDADES PRIORIZADAS
1° Deficiente mantenimiento a los atractivos turísticos.
2° Limitada infraestructura turística.
3° Deficiente cultura turística.
4° No cuenta con estudios de Capacidad de Carga.

1.3 Oportunidades

Tabla 56

Priorización de las oportunidades

	Interés de la parroquia por formar parte de proyectos turísticos.	Fuentes de trabajo para la parroquia en emprendimiento turístico.	Incremento en la demanda de turismo de aventura y naturaleza.	Diversificación de servicios turísticos.	TOTAL	PORCENTAJE	ORDEN
N° OPORTUNIDADES	1	2	3	4		%	
1	Interés de la parroquia por formar parte de proyectos turísticos.	0,5	0	0	0,5	6%	5°
2	Fuentes de trabajo para la parroquia en emprendimiento turístico.	1	0,5	0	1,5	19%	3°
3	Incremento en la demanda de turismo de aventura y naturaleza.	1	1	0,5	3,5	44%	1°
4	Diversificación de servicios turísticos.	1	1	0	2,5	31%	2°
SUMA					8	100%	

Tabla 57

Oportunidades priorizadas

N°	OPORTUNIDADES PRIORIZADAS
1°	Incremento en la demanda de turismo de aventura y naturaleza
2°	Interés de la parroquia por formar parte de proyectos turísticos
3°	Diversificación de servicios turísticos.
4°	Fuentes de trabajo para la parroquia en emprendimiento turístico.

1.4 Amenazas

Tabla 58

Priorización de las amenazas

N°	AMENAZAS	Escaza turística en los atractivos turísticos.	promoción en los turísticos.	Demanda irregular.	turística	Parroquias vecinas con productos turísticos consolidados.	La contaminación causada por las personas dentro de los atractivos turísticos.	TOTAL	PORCENTAJE	ORDEN
		1		2		3	4		%	
1	Escaza promoción turística en los atractivos turísticos.	0,5		1		1	1	3,5	44%	1°
2	Demanda turística irregular.	0		0,5		1	1	2,5	31%	2°
3	Parroquias vecinas con productos turísticos consolidados.	0		0		0,5	1	1,5	19%	3°
4	La contaminación causada por las personas dentro de los atractivos turísticos.	0		0		0	0,5	0,5	6%	4°
	SUMA							8	100%	

Tabla 59

Amenazas priorizadas

N°	AMENAZAS PRIORIZADAS
1°	Escaza promoción turística en los atractivos turísticos.
2°	Demanda turística irregular.
3°	Parroquias vecinas con productos turísticos consolidados.
4°	La contaminación causada por las personas dentro de los atractivos turísticos.

2. ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA PRIORIZADA

Tabla 60

FODA Priorizado

DIAGNÓSTICO INTERNO	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Existencia de atractivos turísticos naturales que facilitan el desarrollo turístico. 2. Señalética turística. 3. Clima favorable para la realización de actividades turísticas. 4. La parroquia cuenta con un plan de ordenamiento territorial. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deficiente mantenimiento a los atractivos turísticos. 2. Limitada infraestructura turística. 3. Deficiente cultura turística. 4. No cuenta con estudios de Capacidad de Carga.
DIAGNÓSTICO EXTERNO	
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento en la demanda de turismo de aventura y naturaleza. 2. Interés de la parroquia por formar parte de proyectos turísticos. 3. Diversificación de servicios turísticos. 4. Fuentes de trabajo para la parroquia en emprendimiento turístico. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escasa promoción turística en los atractivos turísticos. 2. Demanda turística irregular. 3. Parroquias vecinas con productos turísticos consolidados. 4. La contaminación causada por las personas dentro de los atractivos turísticos.

3. MAPAS DE NECESIDADES Y ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Tabla 61

Mapa de necesidades y alternativas de solución

PROBLEMA	CAUSA	EFECTO	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN
1. Deficiente mantenimiento a los atractivos turísticos.	Descuido del GAD Parroquial.	Bajo flujo de turismo	Mejorar la imagen de los atractivos turísticos.
2. Limitada infraestructura turística.	Deficiente apoyo de proyectos turísticos por parte de las entidades turísticas.	Escasos servicios turísticos.	Implementar y/o adecuar infraestructura turística.
3. Deficiente cultura turística.	Limitado interés por parte de los habitantes dedicados al ámbito turístico.	Limitadas visitas turísticas.	Realizar capacitaciones turísticas para los prestadores de servicios turísticos.
4. No cuenta con estudios de Capacidad de Carga.	No cuenta con registros del ingreso de turistas a los atractivos turísticos.	Desconocimiento del ingreso de turistas a los atractivos turísticos.	Realizar un registro del ingreso de turistas para determinar la capacidad de carga en los atractivos turísticos.

4. MATRIZ DE ESTRATEGIAS DE CAMBIO

Tabla 62

Matriz de estrategias de cambios

<p>PERFIL DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES</p>	<p>FORTALEZAS</p>	<p>DEBILIDADES</p>
<p>PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Existencia de atractivos turísticos naturales que facilitan el desarrollo turístico. 2. Señalética turística. 3. Clima favorable para la realización de actividades turísticas. 4. La parroquia cuenta con un plan de ordenamiento territorial. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deficiente mantenimiento a los atractivos turísticos. 2. Limitada infraestructura turística. 3. Deficiente cultura turística. 4. No cuenta con estudios de Capacidad de Carga.
<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>ESTRATEGIA (FO) Aprovechar</p>	<p>ESTRATEGIA (DO) Elaborar</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento en la demanda de turismo de aventura y naturaleza. 2. Interés de la parroquia por formar parte de proyectos turísticos. 3. Diversificación de servicios turísticos. 4. Fuentes de trabajo para la parroquia en emprendimiento turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar los atractivos turísticos naturales para el incremento de la demanda turística. (F1, O1) • Aprovechar el clima favorable dentro de las actividades y servicios turísticos. (F3, O3) 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un registro de <i>capacidad de carga</i> para los emprendimientos turísticos. D4, O4 • Brindar mantenimiento a los atractivos turísticos para mejorar la demanda turística. D1, O1
<p>AMENAZAS</p>	<p>ESTRATEGIA (FA) Mitigar</p>	<p>ESTRATEGIA (DA) Superar</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Escasa promoción turística en los atractivos turísticos. 2. Demanda turística irregular. 3. Parroquias vecinas con productos turísticos consolidados. 4. La contaminación causada por las personas dentro de los atractivos turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la existencia de atractivos turísticos para generar mayor competencia. (F1, A3) • Aprovechar la señalética turística para mejorar la promoción turística en los atractivos. (F2, A1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar el <i>mantenimiento en los atractivos turísticos</i> para generar una mayor demanda turística. (D1, A2) • Fortalecer la <i>cultura turística</i> para proteger la contaminación en los atractivos turísticos. (D3, A4)

Anexo 14

Evidencias fotográficas de la aplicación de encuestas a turistas y habitantes

