

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión
Turística y Hotelera

TRABAJO DE TITULACIÓN

Título del proyecto

DESARROLLO Y POTENCIAL TURÍSTICO LOCAL EN LA PARROQUIA
ALLURIQUÍN, CANTÓN SANTO DOMINGO.

Autor(a):

Caridad Chantal Armijos Santana

Tutor:

Mgs. Daniel Marcelo Guerrero Vaca.

Riobamba - Ecuador

Año 2019

CERTIFICACIÓN

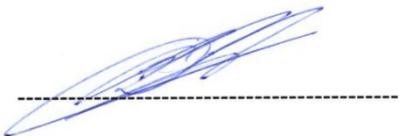
Los miembros del tribunal de Graduación del proyecto de investigación titulado “DESARROLLO Y POTENCIAL TURÍSTICO LOCAL EN LA PARROQUIA ALLURIQUÍN, CANTÓN SANTO DOMINGO”, presentado por: Caridad Armijos y dirigido por el Mgs. Daniel Guerrero Vaca

Una vez escuchada la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación escrito en el cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y custodia en la biblioteca de la facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Para constancia de lo expuesto firman:

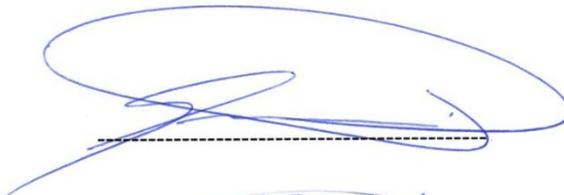
PHD. Diego Calvopiña

Presidente del tribunal



Mgs. Daniel Guerrero

Director del Proyecto



Mgs. Jimena Mayorga

Miembro del Tribunal 1



Mgs. Pablo Méndez

Miembro del Tribunal 2



AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad del contenido de este proyecto de investigación corresponde exclusivamente a: Caridad Chantal Armijos Santana (autor), Mgs. Daniel Marcelo Guerrero Vaca (tutor) y el contenido de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Caridad Armijos Santana
172506243-2

CERTIFICACIÓN DE LA ASESORÍA

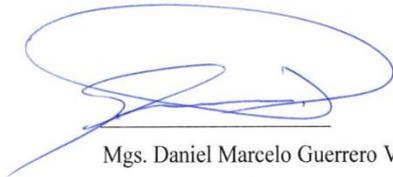
Por medio de la presente reciba un cordial saludo, a la vez que tengo el grado de comunicar que la Srta. Caridad Chantal Armijos Santana, con número de cédula 172506243-2, egresada de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas; con el tema de proyecto “DESARROLLO Y POTENCIAL TURÍSTICO LOCAL EN LA PARROQUIA ALLURIQUÍN, CANTÓN SANTO DOMINGO”

La cual se encuentra dentro de los parámetros establecidos por la institución.

Por lo que solicito autorice continuar con el trámite pertinente y su posterior defensa.

Por la atención favorable anticipo mi agradecimiento.

Atentamente



Mgs. Daniel Marcelo Guerrero Vaca

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres por permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mis hermanas, Soledad y Rubí (REINA ESPOCH) que han sido mi apoyo constante en esta etapa, a mi perrita MILU, a todos mis familiares y amigos.

AGRADECIMIENTO

Agradecida con Dios, por las bendiciones, sabiduría y ser la guía de mis transitaros para cumplir cada reto y meta planteada.

A mis padres que han sido el soporte esencial para concluir con todo el proceso académico.

A los docentes de la carrera en Gestión Turística y Hotelera, que siempre han impartido en su conocimiento e importancia del valor de cada ser humano.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ASESORÍA	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CUADROS.....	x
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1. Situación problemática.....	2
1.2. Formulación del problema	2
1.3. Justificación.....	3
1.3.1. Justificación teórica	3
1.3.2. Justificación práctica	3
1.3.3. Justificación metodológica	3
1.4. Objetivos	4
1.4.1. Objetivo General.....	4
1.4.2. Objetivos Específicos	4
1.4.3. Hipótesis general.....	4
1.4.4. Hipótesis específicas.....	4
CAPITULO II	5
MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. Antecedentes de la investigación	5
2.2. Marco filosófico o epistemológico de la investigación.....	9
2.2.1. Filosofía o epistemología del potencial turístico.....	9
2.2.1.1. La valoración epistemológica del potencial turístico	10
2.2.1.2. Filosofía del potencial turístico	11

2.2.2. Filosofía o epistemología del desarrollo turístico local.....	11
2.2.2.1. Epistemología del desarrollo turístico	11
2.2.2.2. Epistemología del desarrollo local.....	12
2.3. Bases teóricas/Estado del arte	13
2.3.1. Potencial turístico	13
2.3.2. Desarrollo	14
CAPITULO III.....	16
METODOLOGÍA	16
3.1. Tipo y diseño de la investigación	16
3.1.1. Tipo de la investigación.....	16
3.1.2. Diseño de la investigación	16
3.2. Unidad de análisis	17
3.3. Población de estudio.....	17
3.4. Tamaño de la muestra.....	18
3.4.1. Cálculo de la muestra de los turistas.....	18
3.4.2 Cálculo de la muestra de los prestadores de servicios turísticos	19
3.6. Operacionalización de variables.....	20
3.7. Técnicas e instrumentos de la investigación	24
3.8. Validez de los instrumentos.	24
3.9. Confiabilidad de los instrumentos.	25
3.10. Análisis e interpretación de la información.....	25
CAPITULO IV.....	26
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	26
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados: Encuesta turistas	26
4.1.1. Discusión de resultados	26
4.2. Pruebas de hipótesis general.....	28
4.2.1. Planteamiento de la hipótesis.....	28
4.2.2. Nivel de significación	28
4.2.3. Frecuencias observadas.....	29
4.2.4. Frecuencias esperadas.....	29
4.2.5. Cálculo Del Chi – cuadrado.....	29
4.2.6. Distribución del Chi – cuadrado	30
4.2.7. Representación gráfica.....	30
4.2.8. Decisión	30

4.3. Pruebas de hipótesis específica 1	31
4.3.1. Planteamiento de la hipótesis.....	31
4.3.2 Nivel de significación	31
4.3.3. Frecuencias observadas.....	32
4.3.4. Frecuencias esperadas.....	32
4.3.5. Cálculo Del Chi – cuadrado.....	33
4.3.6. Representación grafica.....	33
4.3.7. Decisión	34
4.4. Pruebas de hipótesis específica 2	34
4.4.1. Planteamiento de la hipótesis.....	34
4.4.2. Nivel de significación	34
4.4.3. Frecuencias observadas.....	35
4.4.4. Frecuencias esperadas.....	35
4.4.5. Cálculo Del Chi – cuadrado.....	36
4.4.6. Representación gráfica.....	37
4.4.7. Decisión	37
4.4.8. Resumen de la propuesta	38
CONCLUSIONES	39
RECOMENDACIONES	40
BIBLIOGRAFÍA	41
ANEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Operacionalización variable dependiente.....	20
Cuadro 2. Operacionalización variable independiente.....	21
Cuadro 3. Matriz de consistencia	22

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Validez de los instrumentos	24
Tabla 2. Prueba binomial	24
Tabla 3. Prueba binomial	25
Tabla 4. Frecuencias observadas	29
Tabla 5. Frecuencias esperadas	29
Tabla 6. Calculo Chi-cuadrado	29
Tabla 7. Calculo Chi-cuadrado	30
Tabla 8. Frecuencias observadas	32
Tabla 9. Frecuencias esperadas	32
Tabla 10. Cálculo Chi-cuadrado	33
Tabla 11. Cálculo Chi-cuadrado	33
Tabla 12. Frecuencias observadas	35
Tabla 13. Frecuencias esperadas	35
Tabla 14. Calculo Chi-cuadrado	36
Tabla 15. Calculo Chi-Cuadrado.....	36

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Representación Chi-Cuadrado hipótesis general	30
Gráfico 2. Representación Chi-cuadrado hipótesis específica 1	33
Gráfico 3. Representación Chi-Cuadrado hipótesis específica 2	37

RESUMEN

En la presente investigación, se pudo determinar el potencial de los atractivos de la parroquia Alluriquín, así como los problemas turísticos existentes en la misma, al ser una investigación de campo se logró palpar la situación por la que atraviesa el destino, las causas para que se originen los mismos y los efectos que estos acarrearán en el lugar.

De igual forma concluida la investigación se determinaron datos importantes y significantes para determinar el perfil de la demanda como: motivación de viaje, edad, tipo de turismo preferido y el uso de medio de publicidad más frecuente para recibir información turística, se estableció la oferta a la que este puede hacer uso.

Con estos datos recolectados se logró determinar que la parroquia investigada posee un gran potencial que no se encuentra desarrollado, además de poseer atractivos interesantes a la demanda potencial. Por consiguiente, se plantean estrategias de acuerdo a la oferta y demanda establecida para lograr el desarrollo turístico de Alluriquín.

Palabras clave: Potencial turístico, demanda, oferta, desarrollo turístico, estrategias.

Abstract

In the present work, the Alluriquin Parish attractive potential were investigated, as well as the problems that exist in this place. As a field of investigation, it was possible to feel the situation that fate is going through, the causes that originated and the effects that occurred in the place.

Likewise, after of the investigation important and significant data determined the profile of the demand like: Travel motivation, age, preferred type of tourism and the most frequent means of advertising to receive tourist information, it was established the offer that it can be used.

With this data collected, it will be determined that the parish investigated has a great potential that it is not developed, besides it has interesting attractions to the potential demand. Consequently it will be proposed strategies according to the established supply and demand to achieve the tourist development in Alluriquin.

Keywords: Tourism potential, demand, supply, tourism development, strategies.



Reviewed by: Caisaguano Janneth

Language English teacher



INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en una actividad comercial que activa a la sociedad y a la economía, el país cuenta con 24 provincias cada una de estas tiene un valor simbólico para los turistas que las visitan sea por su cultura, naturaleza, gastronomía, aventura, etc.

En la presente investigación, se realizó un estudio en la parroquia Alluriquín para determinar el potencial turístico que posee la parroquia, así como su desarrollo en cuanto a actividades turísticas. A continuación, se realiza el detalle por capítulos:

Capítulo 1. Planteamiento del Problema: En este punto se realizó el análisis y diagnóstico de los problemas que posee la parroquia, además se plantearon tres objetivos, uno general y dos específicos y de igual forma las hipótesis a demostrar.

Capítulo 2. Marco Teórico: Describe de forma resumida, la explicación teórica de las dos variables de investigación.

Capítulo 3. Metodología: En la metodología, se determinó el tipo y diseño que se iba a utilizar en la investigación, al igual que la población y la muestra que iban a aportar datos concretos para la indagación, se realizó la operacionalización de cada variable y la respectiva matriz de consistencia. Las técnicas e instrumentos de soporte para nuestros datos, así como su respectiva validación y confiabilidad.

Capítulo 4. Resultados y Discusión: Se analizó los datos de las preguntas de mayor relevancia, información obtenida de las encuestas, se realizó la comprobación de hipótesis, mediante el método de Chi-Cuadrado.

Conclusiones y Recomendaciones: Se realizó las conclusiones y las recomendaciones del trabajo investigativo, las cuales son importantes para establecer la propuesta de investigación.

Anexos: Se incluye la propuesta la cual se realizó en base a los datos obtenidos de la investigación y con la que se aporta a mejorar el problema. Así mismo las tabulaciones de las respectivas encuestas, y el formato de cuestionario determinado para las poblaciones establecidas.

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Situación problemática

La problemática en cuanto al turismo en la parroquia Alluriquín, basado en un diagnóstico previo se evidencio una escasa existencia de productos turísticos y los pocos con los que cuentan no se han desarrollado de la manera correcta, las instalaciones y equipamientos privados están degradados, los espacios recreativos son escasos con infraestructura deficitaria, a esto se suma el deterioro de lugares de recreación y centros turísticos. Asimismo, las deficiencias en la coordinación y colaboración público-privada, también el desconocimiento y poco interés en posicionar al turismo como la segunda economía de esta parroquia, ya que esta actividad es vista por muchos como una actividad sin importancia. Esto acarrea al poco o nulo crecimiento del turismo, conllevando a la escasa promoción turística de los lugares que cuentan con el potencial para su difusión y que los turistas no sientan el deseo de quedarse en el lugar, por esto se propone ayudar a implementar soluciones mediante la presente investigación a problemas turísticos existentes.

1.2. Formulación del problema

- ¿De qué manera el desarrollo turístico, influye en el potencial turístico de la parroquia Alluriquín?
- Los problemas específicos son los siguientes:
- ¿De qué manera influye el desconocimiento de la oferta en la realización de actividades turísticas de la parroquia Alluriquín?
- ¿De qué manera influye el desconocimiento de la demanda en el aprovechamiento del potencial turístico de la parroquia?
- ¿De qué manera influye la organización de la oferta y la demanda en la creación de estrategias turísticas de la parroquia Alluriquín?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórica

La presente investigación de potencialidad turística se realizó con la finalidad de identificar los diferentes elementos del sistema turístico, para desarrollar el turismo en la parroquia tiene como propósito contribuir a impulsar el turismo, realizar un análisis del sector turismo y proponer una estrategia comercial para el desarrollo turístico, que le permitan al mismo lograr su consolidación y posicionamiento en el mercado tanto nacional como internacional, y a la vez lograr un desarrollo económico, social y cultural de la población residente. Debido a que no se ha llevado un análisis del sector turismo en la parroquia, se espera que este trabajo sirva como estudio preliminar para futuros proyectos que tengan como objetivo el posicionamiento de Alluriquín como destino turístico de éxito.

1.3.2. Justificación práctica

Teniendo en cuenta la necesidad de fortalecer el eje económico de la población mediante la búsqueda de alternativas y teniendo en cuenta que el turismo es un factor de desarrollo para las diferentes áreas en los que se desenvuelven los habitantes. El turismo es uno de los sectores a desarrollarse dentro de la parroquia, por ende, la investigación contribuye a potenciar los atractivos existentes, para llegar al desarrollo turístico local y aportar a la mejora de la calidad de vida

1.3.3. Justificación metodológica

La investigación planteada, se utilizarán instrumentos de investigación como cuestionarios que servirán para recabar la información necesaria de las dos variables propuestas, para cumplir este objetivo se utilizó el programa SPSS Estadistics, conjuntamente con Microsoft Excel, y así medir el potencial turístico y su influencia en el desarrollo local, así como obtener datos del perfil de la demanda, para llegar a este segmento según sean sus preferencias.

Mediante la investigación bibliográfica y documental, se logró recabar información importante y trascendental para la misma, así como la investigación de campo se logró tener una perspectiva de la situación real del lugar y así realizar una propuesta que ayude a solucionar el problema.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Determinar el desarrollo turístico y su influencia en el potencial local de la parroquia Alluriquín, cantón Santo Domingo.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar el estado actual de los servicios y atractivos turísticos que influyen en las actividades turísticas
- Identificar la demanda y su influencia en el aprovechamiento del potencial turístico de la parroquia Alluriquín.
- Diseñar estrategias de acuerdo a la oferta y demanda del potencial turístico en la parroquia Alluriquín.

1.4.3. Hipótesis general

El desarrollo local influye significativamente el potencial turístico de la Parroquia Alluriquín.

1.4.4. Hipótesis específicas.

- El estado actual de los servicios y atractivos influye en la realización de actividades turísticas de la parroquia Alluriquín.
- La demanda turística influye en el aprovechamiento del potencial turístico de Alluriquín.
- Las estrategias influyen significativamente en el potencial turístico de Alluriquín.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Una vez realizado varias investigaciones y consultas en las bibliotecas y plataformas de datos, se evidencia la ausencia de estudios realizados en la localidad involucrada, de tal manera que, para obtener el soporte necesario en el desarrollo del presente trabajo, se hizo uso de información sostenida en investigaciones similares de otros trabajos, de modo que a continuación se indica los siguientes:

Con respecto al estudio de la primera variable que es el **“Potencial Turístico”** se tiene al trabajo realizado por Morales (2014), previo a la obtención del título de Magister de Ciencias en manejo de recursos humanos, del Instituto Politécnico Nacional de la Paz, México, en el que luego de su desarrollo investigativo concluye;

- Al determinarse los resultados con la ficha descriptiva de evaluación, la misma que se constituye como una herramienta ideal, facilitando la aplicación y específicamente para interpretar la orientación, como procesos de planificación, en las playas de recreación, permite la determinación del lugar adecuado para la realización de este tipo de actividades.
- El sistema de evaluación del potencial turístico, resulta innovador y novedoso para la localidad, debido a que comúnmente se determina solamente por la calidad del agua, y no de manera integral como lo determina el presente estudio, según los sistemas que certifican a nivel mundial.

Considerando que la playa norte de El Mogote cuenta con los siguientes atractivos:

- Belleza paisajística
- La playa como tal, (con aptitud recreativa media).
- Mercado turístico ya consolidado (la ciudad de La Paz, B.C.S.).
- Paisaje inmediato en muy buen estado

- Avistamiento de tiburón ballena (otoño-invierno), delfines, dorado, pez vela, marlín azul, tiburón martillo, entre otros.
- Limpieza de agua y entorno, tranquilidad, naturalidad } Morfología suave y aspectos oceanográficos favorables para la recreación acuática. Se puede concluir que este lugar cuenta con un Potencial Turístico altamente rentable en la medida que se aproveche estratégicamente (p. 113).

De acuerdo con este trabajo, se puede comprender que el potencial turístico, es un indicador que permite medir la calidad del servicio u oferta que un determinado sector pone a disposición de la comunidad y población de forma general. Dentro del mismo contexto investigativo, haciendo referencia al potencial turístico se evidencia otro trabajo efectuado por Sarmiento (2015), previo a la obtención del título de Ingeniero en administración de empresas turísticas y hoteleras, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, de la ciudad de Guayaquil, en el que menciona que existe un problema muy notorio a nivel nacional, la insuficiencia de recursos publicitarios, en relación a la difusión de los aspectos turísticos, de tal forma que existe una limitante en la potenciación turística de todos los atractivos de un determinado sector. En mayor énfasis el estudio concluye:

- La potencia del turismo, genera un impacto local, beneficiando a varias personas que están involucradas con las actividades turísticas, de tal forma que facilita el fortalecimiento de guardar la integridad e identidad de las personas, debiéndose a que existe una variedad de cultura, por lo tanto, el turismo crea un lazo estrecho entre humano y naturaleza, (p.67).

De acuerdo a lo expuesto por el autor, se concibe la comprensión, que la potenciación turística, permite el fortalecimiento económico dentro de las estrategias turísticas, para lo cual es necesario hacer uso de recurso naturales, tecnológicos para una adecuada difusión, y el mejoramiento de los servicios turísticos que se oferta la sociedad en general.

En la relación al estudio de la otra variable de estudio, el “**desarrollo turístico local**”, se tiene a trabajos realizados por varios autores, de los cuales se tiene al

trabajo de tesis realizado por Peralta (2014), previo a la obtención del título Licenciada en desarrollo y gestión turística, de la Universidad del Azuay, en la ciudad de Cuenca, en el que el autor menciona que; “El desarrollo turístico local, se fundamenta en la búsqueda constante de fuentes estructuradas para el ingreso de recursos económicos, para un determinado sector, que oferte servicios turísticos, y pretenda dar a conocer sus características culturales e intrínsecas”. De manera que permita mejorar la calidad de vida de la población.

En conclusión, la autora expresa:

- A través de un plan de desarrollo turístico local, se pretende establecer actividades que permitan participar activamente a todos los involucrados, población y turistas, cada persona, cada familia, es importante; de tal manera todo se comprometen a trabajar, para lograr cambios significativos en beneficio de la comunidad y su población.
- Conservar la naturaleza y sus recursos, es vital e importante, por lo que no se puede olvidar ni aislar dentro de un plan de desarrollo turístico local, toda actividad está ligada con la protección y adecuada gestión.
- Ante todo, el desarrollo de las actividades turísticas, deber ser de forma sostenible y sustentable, de tal manera que las poblaciones residentes pueden generar ingresos que fortalezcan el desarrollo económico de su localidad, sin que la generación siguiente sea afectada en ningún sentido (p. 207).

Con respecto a lo mencionado por la autora, se logra comprender que para alcanzar resultados positivos en el desarrollo turísticos local, todos los miembros que constituyen un determinado sector turístico, deben demostrar compromiso, apoyo en la realización de actividades que faciliten la captación de posibles turistas, brindando servicios de calidad y garantías de estabilidad, ya sea temporal o por tiempo extendido. Mantener una adecuada gestión de un plan de desarrollo turístico local, la calidad de vida de la población mejoraría significativamente.

De igual manera se puede citar al artículo realizado por Vicuña (2017), con el tema “Modelo de organización de la comuna Chiquilpe, para el desarrollo del turismo comunitario del Cantón Santo Domingo, Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas 2017-2021”, previo a la obtención del título “Ingeniería en administración de empresas hoteleras y turísticas”, da a conocer que el plan de desarrollo turístico local, se constituye en una alternativa estratégica, para la generación de ingresos económicos a las familias que forman parte de la comunidad, a fin de garantizar una vida saludable, abriendo el camino al fortalecimiento de nuevas oportunidades laborales y culturales. Por cuanto concluye:

- Cada miembro de la comunidad se ha comprometido con el desarrollo del turismo local, participando en la organización y realización de múltiples actividades.
- La existencia de una variedad extensa de recursos naturales, como ríos y principalmente plantas medicinales, hace que la localidad sea un potencial para el desarrollo del turismo, de manera que corren un peligro evidente a desaparecer.
- Resulta importante la implementación de un modelo estratégico para fortalecer el desarrollo del turismo local, en el que todos están comprometidos dando a conocer su firmeza en la decisión de superación y logro de resultados positivos en cuanto a desarrollo social y económico (p. 83).

El autor describe que el desarrollo del turismo local de una comunidad, región o país, es preciso que todos los involucrados tengan la misma inquietud por el avance y superación, sacrificando recursos, tiempo, a fin de mejorar e incrementar la afluencia de turistas, poniendo a disposición actividades y servicios de calidad, que garanticen una estadía idónea de los turistas. Entre otras investigaciones se tiene a un artículo en el que menciona “El turismo es una actividad de alto rendimiento a nivel mundial, fomentando la hermandad y paz entre naciones y pueblos del mundo. Así mismo fortalece el desarrollo humano y sostenible de las diferentes regiones, disminuyendo la pobreza” (Chávez, 2016).

Por lo tanto, es considerable citar que, a nivel nacional, regional y local, existe una diversidad de sectores turístico, pero lamentablemente no se los conoce por la inexistencia de un adecuado plan de manejo y difusión de los recursos y servicios turísticos de ciertos lugares, definidos como potenciales para el desarrollo de múltiples actividades turísticas.

2.2. Marco filosófico o epistemológico de la investigación

2.2.1. Filosofía o epistemología del potencial turístico

El potencial turístico, visto desde una perspectiva filosófica o epistemológica, trata específicamente de valorar todos los recursos, que constituyen una región o sector destinado a la realización de actividades de relajación o actividades vacacionales, al igual que de forma estructurada se valora todas sus características predominantes como objeto de producción turística.

La preocupación por la construcción seria y rigurosa del turismo es, en realidad, reciente. Algo colateral a ello está ocurriendo: formas nuevas de organizarlo y clasificarlo. Seguramente esas formas nuevas implican intereses disciplinarios que toman en cuenta lo espacial, lo económico, lo social, hasta lo más novedoso que es el medioambiente natural. Empero, una cuestión poco analizada a fondo es la epistemología del turismo y de lo turístico (Castellanos, 2015, p. 89). El turismo es el fenómeno manifiesto de los desplazamientos turísticos de ida y vuelta por el individuo, motivado por diferentes circunstancias; lo turístico viene a ser esa cualidad y efecto multi-variable que de ello se desprende propiciando explicaciones, discursos y “teorizaciones” que dan lugar a distintos niveles de conocimientos de ese objeto de estudio.

La epistemología del turismo es un tema que no tuvo importancia en los estudios turísticos sino hasta la década de 1990. Esto debido a que los investigadores de esta área estaban más interesados en las cuestiones prácticas de esta actividad, como la gestión, la planeación y las políticas públicas.

La epistemología nace de la filosofía; sin embargo, la mayoría de los filósofos no se interesa en los estudios turísticos, pues como afirma Comic (1989), los filósofos están preocupados por temas más importantes que el turismo, a lo que también puede atribuirse la relativa escasez de publicaciones sobre el tema (Santana, 2015, p. 145).

2.2.1.1. La valoración epistemológica del potencial turístico

La epistemología se define propiamente al conocimiento que se obtienen de algún objeto, lugar o producto, que abarca ciertas características que determinan la importancia del mismo, como una posible fuente de saberes en beneficio de la humanidad y de desarrollo potencial, en base a productos y servicios turísticos.

Según Martínez (2016)

Al referirse al aspecto epistemológico del potencial turístico, de forma común se traduce a una explicación de una ciencia, la cual es manifestada como un bosquejo normalizado, asignados a comprender diversos conocimientos, que han sido sensorial y racionalmente identificados, de tal forma que la epistemología del potencial turístico, no puede ni debe ser considerado como una simple teoría, sino esta debe enfocarse en la discusión científica y práctica de los recursos de un sector con características sobresalientes y objetivas para una posible fuente turística, Todo el conocimiento discutido deberá producir elocuentemente un significado valorativo y representativo para la sociedad (p. 81).

La epistemología del potencial turístico, consiste en dar valor a las características, que comúnmente se las pasa por alto, de tal manera que el conocimiento adquirido aporte un significado para el desarrollo social y comunitario. Ciertamente el turismo es una actividad realizada desde años atrás, donde varias personas se trasladaban de un lugar a otro, por tiempo limitado o extendido, por ende la relajación y esparcimiento fue innovando a través del tiempo, adquiriendo disciplinas que se adapten al estilo contemporáneo, basado en paradigmas y nuevas estructuras mentales del turismo, que de alguna manera se convierta en un potencial para el desarrollo socioeconómico de un determinado lugar con atractivos turísticos (Beltran, 2015, p. 25).

2.2.1.2. Filosofía del potencial turístico

De forma general, la innovación turística, específicamente en países con mayor industrialización en lugares occidentales, ha favorecido la superación de investigaciones descriptivas y analíticas, que intentan dar a conocer determinados atributos significativos de un lugar turístico. El turismo, no solo se centra en el desarrollo social y económico, sino también se orienta a la innovación cultural, debido a que este aspecto permite obtener experiencias inolvidables, mediante una manera agradable de concebir impactantes conocimientos (Netto, 2014).

Según Oliveira (2016) La filosofía del turismo, “Se basa en el conocimiento científico, que está ligado a la realidad de un sector, por ser descubierto, mediante actividades que se orientan a la relajación y ocio de varias personas que se dedican al turismo” (p. 45). Debido a la evolución del conocimiento científico, muchas veces la filosofía fue colocada en segunda instancia, ya que la ciencia tomaba posición en la mentalidad de los seres humanos focalizando a la sociedad el sentido de existencia y la función que la humanidad cumple en un determinado espacio turístico. La situación turística o la relación que se establece entre los sujetos comprometidos en el turismo tiene como una de sus características más generales y básicas el vacacionar; esto es, una relación de descanso y liberación. De esta manera, conlleva no sólo la idea de reposición de energías, sino también el concepto de expansión e integración vital.

2.2.2. Filosofía o epistemología del desarrollo turístico local

2.2.2.1. Epistemología del desarrollo turístico

El desarrollo turístico, ha sustentado de varias formas el PIB (Producto Bruto Interno), de manera que ha sido fuente de varias plazas de empleo, para las familias y personas que, a través de sus negocios y ventas de productos y servicios turísticos, generan ingresos económicos, permitiendo solventar determinados gastos que

involucran una mejoría en su calidad de vida, por lo tanto, de cierta manera el desarrollo turístico beneficia el desarrollo local (Crosby, 2016, p. 56). Existen diversas investigaciones económicas de las actividades turísticas, basándose en el impacto económico que produce esta actividad, en la que varios visitantes o turísticas a través de compras de enseres y demás artículos para expediciones, contribuyen al desarrollo del turismo como posible potencial económico para cierta comunidad a la que pertenece el atractivo turístico.

Según Andreu (2015) expresa:

Varias peticiones se han realizado de miembros de la OMT (Organización Mundial del Turismo), lo cual ha constituido en la búsqueda de financiamiento, para facilitar la localización de expertos que denotan mayor importancia para efectuar proyectos que se enfocan al desarrollo turístico, ya sea este de gran dimensionamiento o pequeño, lo importante es la generación sustancial de recursos que fortalezcan el desarrollo socioeconómico.

Es importante destacar que el turismo no nació de un documento escrito o una teoría, sino de una práctica humana, de hombres y mujeres que actuaron en sus lugares, de sujetos que vivenciaron algo diferente de lo que estaban acostumbrados a vivenciar y que estaban lejos de sus lugares de residencia. De esta forma es posible justificar que toda elucubración teórica busca comprender este fenómeno, pero no construirlo; busca explicarlo e interpretarlo, pero no crearlo.

2.2.2.2. Epistemología del desarrollo local

Actualmente el turismo, es considerado como una actividad que genera una fuerte divisa de desarrollo económico y una inmensa industrialización, caracterizada por las actividades turísticas, desde su inicio, el turismo ha generado múltiples fuentes de ingreso, y beneficio para las comunidades, que cuentan con ciertos espacios y lugares atractivos turísticos. El desarrollo local, básicamente se refiere al desarrollo de una comunidad, que se beneficia de la afluencia de turistas, los cuales practican o llevan a cabo diferentes actividades, que son consideradas como recreacionales o

de ocio, a través de estas, la población fortalece sus ingresos económicos, , que garanticen una mejor calidad de vida (Jafary, 2014).

El desarrollo local, de acuerdo con Jafary, es un contexto evolutivo de la crisis, de alguna comunidad o población, fundamentada en la producción efectiva de servicios y productos satisfactorios, que se constituyen de recursos pertenecientes a un determinado lugar. Para diversos autores el desarrollo local está conformado por procesos constructivos que permiten diversos criterios o pensamientos del desarrollo socioeconómico y cultural.

2.3. Bases teóricas/Estado del arte

Para comprender los conceptos de aspectos que se relacionan con el tema principal, y el estudio de las principales variables, es necesario acudir a diferentes trabajos, los cuales aportan con el conocimiento adquirido en previas investigaciones.

2.3.1. Potencial turístico

En la investigación realizada por Ortega (2015) , define “El potencial turístico como la cuantificación adecuada de todos los recursos que pueden ser ofertados a un posible grupo social, que se dedica a la realización de actividades turísticas”, por consiguiente la potencialidades turísticas se comprenden de aquellos recursos que son parte de la naturaleza, de la cultura , tradiciones, características autóctonas, y realización de actividades históricas y actuales, que conforman la estructura de una comunidad o pueblo, los cuales son expuestos y ofertados con el afán de atraer la atención de la sociedad turista.

En la guía realizada por Zimmer (2016) considera importante la realización de un diagnóstico de la potencialidad turística de un determinado sector; cuyo resultado es obtenido a través de diferentes evaluaciones relacionadas a la oferta y demanda competitiva y tendencias, con el propósito de identificar los ciertos puntos con mayor fuerza y otros con debilidad, de manera que se determinen los riesgos y fortalezas para competir como mercado potencial para ser un destino turístico.

En el artículo científico que lleva como título “Las actividades turísticas, como motor de potencialización turística”, configura al potencial turístico como una fuente principal de surgimiento y mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de determinados sectores, de tal forma que luego de realizar estudios técnicos, ciertos lugares puedan convertirse en vías efectivas de desarrollo y por ende el logro eficiente a una mejor calidad de vida (Arguera, 2016).

El turismo forma parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, siendo objeto de estudio en diversos destinos geográficos. Esta actividad económica opera como fuente de oportunidades para la modernización socioeconómica y cultural de un área geográfica, siendo el patrimonio un factor de cohesión social por las importantes sensibilidades a las que afecta. En consecuencia, son más frecuentes los modelos que giran en torno al desarrollo sostenible del turismo de un destino.

En el libro de evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas, Covarrubias cita: El potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos y la elaboración de un inventario. (Covarrubias, 2015)

2.3.2. Desarrollo

De acuerdo con el estudio de grado llevado a cabo por Varisco (2014), responsablemente denota que el desarrollo local, puede darse de diferentes maneras; entre tanto define.

La conceptualización de desarrollo se fomenta desde la década de los cuarenta, luego de haber culminado la 2da, guerra mundial, la misma que fue vinculada a la iniciativa progresiva del crecimiento económico de ciertos lugares, de manera que se sustenta como la población intentaba surgir a través de la exposición de bienes y servicios que resultaban interesantes

para cierta sociedad que se dedicaba a la exploración y la adquisición de conocimientos desde la fuente principal de los hechos (p. 16).

Con esta perspectiva vertida por Varisco, resulta importante que la población afectada por determinados factores, realice actividades que le permitan el crecimiento económico, por medio de exposiciones difusoras de las características más relevantes e impactantes para la sociedad ajena al lugar, de tal manera que fortalezca el desarrollo local, de la población y de la comunidad en general.

El desarrollo local se constituye de varios procesos endógenos, que registra una pequeña cantidad territorial y asentamiento humano, capaz de incentivar al desarrollo económico y mejorar la calidad de vida poblacional, sin embargo el desarrollo local está insertado en una situación que encierra ciertas complejidades que frecuentemente recibe presiones positivas y negativas, las cuales han impedido la libre evolución de los sectores atractivos de manera sostenible y sustentable al desarrollo socioeconómico (Morales, 2015, p. 126).

El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos, para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados a mejorar la calidad de vida de los residentes. (Varisco, 2008)

El desarrollo del turismo local es un resultante de las capacidades que se demuestran en las gestiones y actividades que son efectuadas por la población local, en la que prioricen su estructura social, y medios de movilización definidas como una matriz cultural, que facilite la exploración de las características prioritarias y especificadas, que se determinen como competitivas para obtener profundas transformaciones en beneficio del desarrollo social.

CAPITULO III METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

3.1.1. Tipo de la investigación

La presente investigación tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo, en el que se ocupa instrumentos y técnicas adecuadas para la recopilación de datos. El tipo de investigación para este trabajo, es la de campo, mediante la cual se podrá obtener los datos más relevantes para llevarse a cabo este trabajo, los mismo que serán tomados de forma directa, a través de la utilización de determinados instrumentos para la recopilación de los datos.

Se aplicó un enfoque exploratorio, con el objeto de obtener nuevas experiencias relacionadas a costumbres de la localidad, recabar datos informativos para facilitar el planteamiento de conclusiones que se obtenga al aplicarse las respectivas herramientas. También fue de carácter descriptivo, permitiendo la descripción técnica de las características fundamentales de la comunidad, localizando los rasgos más notables que acontecen a diario en relación con el aspecto económico y general.

3.1.2. Diseño de la investigación

Se utilizó la modalidad de investigación bibliográfica. documental, la misma que facilitó la obtención de determinados conceptos , fundamentados en aportes teóricos de carácter científico, por varios autores de revistas, tesis y libros, de manera que facilita el conocimiento de ciertos aspectos relacionados al tema general, siendo el turismo y sus diversas dimensiones, poblaciones y servicios turísticos que se pueden ofertar a posibles y potenciales turistas de la localidad, con la intención de mejorar el desarrollo y potencial turístico local en la parroquia Alluriquín, Cantón Santo Domingo.

3.2. Unidad de análisis

La unidad de análisis facilitó la realización de diagnósticos relacionados al potencial turístico y a la vez el desarrollo del turismo en la parroquia Alluriquín, cantón Santo Domingo. Luego se identifican dos unidades de análisis:

1. Para el análisis del diagnóstico del potencial turístico en la parroquia Alluriquín, cantón Santo Domingo, fueron considerados los turistas que acuden de forma constante a la localidad.
2. La unidad de análisis que facilitó el diagnóstico del desarrollo del turismo en la parroquia Alluriquín, cantón Santo Domingo, fueron considerados los ciudadanos que prestan servicios turísticos.

3.3. Población de estudio

Para esta investigación la población de estudio, se realizó a los turistas, y la segunda a los prestadores de servicios turísticos. A continuación, se detalla a cada población:

1. La primera población considerada como infinita, ya que no se tiene una cantidad concreta de turistas que acudan a la parroquia Alluriquín, cantón Santo Domingo.
2. La segunda población, que se utilizó para la realización de este proyecto y su respectiva toma de datos, se consideró a los prestadores de servicios turísticos, que, de acuerdo con el PDOT de la localidad y la investigación de campo, presentan una cantidad de 105 personas.

3.4. Tamaño de la muestra

3.4.1. Cálculo de la muestra de los turistas

Par el cálculo de esta población se efectuó en base a la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible 5%

z = Nivel de confianza 95% (1,96)

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de Fracaso

DATOS

Z= 1.96

e = 0.05

p = 0.5

q = 0.5

Aplicación de la fórmula

$$\begin{aligned}n &= \frac{1.96^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2} \\n &= \frac{0.9604}{0.0025} \\n &= \mathbf{384}\end{aligned}$$

Para lo cual se determina que como muestra de los turistas son 384 personas.

3.4.2 Cálculo de la muestra de los prestadores de servicios turísticos

Para el cálculo de esta población, se efectuó en base a la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 p * q * N}{Z^2 * p * q + Ne^2}$$

Valores a estimar

n = representa el tamaño de la muestra que se desea calcular.

N = Tamaño de la población total, de la que se desea adquirir una cantidad proporcional, para este caso la población es de 105 prestadores de servicios turísticos.

e = Error máximo admisible 5% = **0.05**

z = Nivel de confianza **95%** = **(1,96)**

p = Probabilidad de éxito o a favor **0.5**

q = Probabilidad de Fracaso o en contra **0.5**

Aplicación de la fórmula

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)105}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + 105(0.05)^2}$$

$$n = \frac{100.84}{0.2625 + 0.9604}$$

$$n = \frac{100.84}{1.222}$$

$$n = 82$$

Una vez resuelto el cálculo maestral se obtiene un valor estimado de 82 personas, a los que se les aplicara las respectivas técnicas e instrumentos para la recopilación de datos.

3.6. Operacionalización de variables.

Cuadro 1. Operacionalización variable dependiente

VARIABLE	CATEGORÍA	INDICADORES	PREGUNTAS	INSTRUMENTOS
<p>DEPENDIENTE</p> <p>Potencial Turístico</p> <p>CONCEPTO</p> <p>El potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos y la elaboración de un inventario. (Covarrubias, 2015)</p>	<p>Recursos</p> <p>Inventario turístico</p> <p>Productos Turísticos</p>	<p>- Número de recursos Naturales.</p> <p>-Número de recursos culturales.</p> <p>-Potencial</p> <p>- Jerarquía</p> <p>-Clasificación</p> <p>-Información Técnica</p> <p>-Mercado turístico</p> <p>-Segmento turístico</p> <p>-Servicios Turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Edad • Género • ¿Cuál es su nivel de educación? • ¿Cuál es su lugar de procedencia? • ¿Cuál es su estado civil? • ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual? • Cuándo viaja, usted generalmente lo hace: • ¿Conoce usted la Parroquia Alluriquín? Si su respuesta es negativa pase a la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva continúe a la pregunta 10. • ¿Le gustaría conocer la Parroquia Alluriquín? Continúe a la pregunta 11. • ¿Cuál es su grado de satisfacción después de haber visitado Alluriquín? • ¿Conoce usted los atractivos naturales y culturales de la Parroquia Alluriquín? Si su respuesta es positiva pase a la siguiente pregunta, si su respuesta es negativa continúe a la pregunta 13. • ¿Qué medio utilizo para informarse de la Parroquia y sus atractivos Alluriquín? • Califique, qué tipo de atractivo llama más su atención para visitar, siendo 5(Interés alto) ,1 (No le interesa). • ¿Considera usted que la parroquia debería contar con los servicios necesarios para los turistas como: Infraestructura, transporte, restaurantes, centros de información, señalética? • Qué tipo que servicios le gustaría que se ofrezcan en la localidad, siendo 5(Interés alto) ,1 (No le interesa). • ¿Cuál es el medio de comunicación del que frecuentemente recibe más publicidad turística 	<p>TÉCNICAS</p> <p>ENCUESTAS APLICADA A TURISTAS Y PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>CUESTIONARIO</p>

Elaborado por: Caridad Armijos

Matriz de consistencia

Cuadro 3. Matriz de consistencia

MATRÍZ DE CONSISTENCIA							
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALAS DE MEDICIÓN	DISEÑO METODOLÓGICO
¿De qué manera el desarrollo, influye en el potencial turístico de la parroquia Alluriquín?	Determinar el desarrollo y su influencia en el potencial turístico local de la parroquia Alluriquín, cantón Santo Domingo.	El desarrollo influye significativamente en el potencial turístico de la Parroquia Alluriquín.	Independiente: Desarrollo	Oferta Demanda Estrategias	-Tipos de servicios. - Comercialización. -Venta -Tipos de turistas -Motivación -Procedencia -Trabajo. -Servicios Básicos -Calidad Ambiental	Ordinal Ordinal	Población: Turistas, Prestadores de servicios. Muestra: Infinita y finita. Campo, Bibliográfica Descriptivo Encuestas. Cuestionario Técnica de procesamiento de datos: SPSS Statistics.
			Dependiente Potencial Turístico	Recursos Inventario Turístico Producto turístico	-Número de recursos Naturales. -Número de recursos culturales. -Potencial - Jerarquía -Clasificación -Información Técnica -Mercado turístico		

						-Segmento turístico Servicios Turísticos	
ESPECÍFICO 1							
¿De qué manera el desconocimiento de la oferta influye en la Realización de actividades turísticas de la parroquia Alluriquín?	Diagnosticar el estado actual de los servicios y atractivos turísticos que influyen en las actividades turísticas.	El estado actual de los servicios y atractivos influye en la realización de actividades turísticas de la parroquia Alluriquín.	Servicios y atractivos turísticos.				Ordinal
ESPECÍFICO 2							
¿De qué manera influye el desconocimiento de la demanda en el aprovechamiento del potencial turístico de la parroquia?	Identificar la demanda y su influencia en el aprovechamiento del potencial turístico de la parroquia Alluriquín.	La demanda turística influye en el aprovechamiento del potencial turístico de Alluriquín.	Demanda				Ordinal
ESPECÍFICO 3							
¿De qué manera influye la organización de la oferta y la demanda en la creación de estrategias turísticas de la parroquia Alluriquín?	Diseñar estrategias de acuerdo a la oferta y demanda del potencial turístico en la parroquia.	Las estrategias influyen significativamente en el potencial turístico de Alluriquín.	Estrategias				Ordinal

Elaborado por: Caridad Armijos

3.7. Técnicas e instrumentos de la investigación

3.7.1. Técnicas

Para esta investigación como técnicas se considera a la forma de recopilar los datos, de tal manera que para el efecto se hizo uso de encuestas, dirigidas a los turistas y prestadores de servicios.

3.7.2. Instrumentos

El instrumento que facilito, la recopilación de datos fue, el cuestionario, respectivamente estructurado, para cada población, por tanto, que se obtuvo dos cuestionarios, que constituyen la encuesta, el mismo fue estructurado por una cantidad determinada de preguntas, relacionadas al potencial turístico y desarrollo del turismo local, en la parroquia Alluriquín, Cantón Santo Domingo.

3.8. Validez de los instrumentos.

Tabla 1. Validez de los instrumentos

Prueba binomial						
		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
EXPERTO 1	Grupo 1	SI	17	1.00	.50	.000
	Total		17	1.00		
EXPERTO 2	Grupo 1	SI	17	1.00	.50	.000
	Total		17	1.00		
EXPERTO 3	Grupo 1	SI	17	1.00	.50	.000
	Total		17	1.00		

Elaborado por: Caridad Armijos

Tabla 2. Prueba binomial

Prueba binomial						
		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
EXPERTO1	Grupo 1	SI	13	1.00	.50	.000
	Total		13	1.00		
EXPERTO2	Grupo 1	SI	13	1.00	.50	.000
	Total		13	1.00		
EXPERTO3	Grupo 1	SI	13	1.00	.50	.000
	Total		13	1.00		

Elaborado por: Caridad Armijos

Finalmente, la prueba binomial del juicio de expertos indica que el instrumento de medición es válido en su contenido, porque “P promedio” es de 0, 00; es decir, menor que el nivel de significancia 0,05.

3.9. Confiabilidad de los instrumentos.

Tabla 3. Prueba binomial

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.83	11

Elaborado por: Caridad Armijos

De acuerdo con los resultados del análisis de fiabilidad, que dio como resultado, la validez de los instrumentos es de 0.83 % de aceptación.

3.10. Análisis e interpretación de la información

Una vez obtenido los datos mediante el uso de los instrumentos de recolección, pasara a ser procesados y analizados de acuerdo a las técnicas sugeridas, siguiendo los siguientes pasos:

- Mediante el programa Microsoft Excel se realiza una base de datos, de las encuestas la cual posteriormente será vaciada en el programa SPSS Statistics.
- Tabular los resultados mediante procedimientos y programas estadísticos SPSS Statistics, los cuales serán representados por medio de cuadros, tablas y gráficos, para facilitar el entendimiento del tema en forma real, y así tomar las decisiones más acertadas.
- Se realizará el análisis y la interpretación de los resultados, en relación a los objetivos de investigación.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados: Encuesta turistas

4.1.1. Discusión de resultados

En esta parte se presenta todos los datos obtenido en relación a la encuesta aplicada a los turistas y a los prestadores de servicios.

Resultados turistas

- Pregunta 1. Según los datos se muestra que un 41%, están en edades entre los 31 y 40 años, en segundo lugar, con el 40% se observa edades entre los 20 y 30 años de edad y por último el 19% de los encuestados con edades entre los 16 y 19 años.
- Pregunta 2. Según los resultados de la encuesta, se muestra que el 56.5% de los encuestados responde al género femenino, mientras que el restante con el 43.5% son del género masculino.
- Pregunta 3. Con respecto a la formación académica se demuestra que el 41% de los encuestados tienen instrucción de cuarto nivel o posgrado, El 40% de los encuestados tiene estudios de tercer nivel, y por último el 19% de los encuestados es bachiller, por lo tanto, se ve que todos ya tienen un carácter formado académicamente también en lo que se demuestre.
- Pregunta 4. En la procedencia se obtiene que el 67.7% de los encuestados son de la Sierra, mientras que el 32.3% de los encuestados respondió que es de la Costa. En esta pregunta se analiza que turistas internos de la Sierra siempre prefieren moverse en su misma región, pero también hay gente de la Costa que prefiere salir de sus ciudades y aunque sea una travesía, disfrutar lo que visita.
- Pregunta 5. Al respecto del estado civil se observa que el 56% de los encuestados es de estado civil soltero, y el 44% son casados, así vemos que la sociedad sin importar su estado civil si se muestra interesada por viajar y visitar lugares de relajamiento, distracción, entre otros, pues no es un condicionante para limitarse a viajar.

- Pregunta 6. Al referirse al tipo de viaje que los turistas realizan se obtiene que el 47% prefiere viajar con amigos y el 53% de los encuestados respondió que prefieren tener viaje con la familia, por lo cual se deberá enfatizar en realizar una propuesta para diversión familiar.

Resultados prestadores de servicios turísticos

- Pregunta 4. De acuerdo al servicio ofertado; el 94% lo principalmente ofertado es alimentación, 5% ofrece hospedaje y el 1% Guianza, por lo tanto, existe una variedad de oferta en planta turística.
- Pregunta 5. En el análisis de la temporada alta, se observa; el 57%, el 26% por otra parte manifiesta que son los fines de semana y el 17% asegura que son las vacaciones, por lo tanto, se puede aprovechar estas fechas en beneficio de la parroquia.
- Pregunta 6. Hacer de la Importancia de la publicidad, el 35% cree que es importante, el 30% dice es moderadamente importante, el 23% cree que es muy importante y el 12% cree que es de poca importancia, por lo tanto, se asegura una buena disposición para realizar una mejora en sus programas de difusión.
- Pregunta 7. Los medios de publicidad; el 60% de los prestadores de servicios turísticos toman más oportuno utilizar publicidad por radio, el 34% cree que es mejor en los periódicos, el 5% cree que la publicidad se puede regir a las redes sociales e internet y el 1% no quiere realizar publicidad, no se está aprovechando la tecnología actual en el lugar.
- Pregunta 8. La forma de venta que emplean; un 46% consideran moderadamente importante, el 45% de poca importancia y el 9% sin importancia, por lo que se debería implementar la forma adecuada de ofrecer los servicios con los que se cuenta.
- Pregunta 10. Acerca de la satisfacción de los servicios básicos, el 51% opinó que ésta moderadamente satisfecha con los servicios básicos, y el 49% está poco satisfecho, por lo tanto, es importante mejorar este aspecto para la satisfacción del turista y de los pobladores.

4.2. Pruebas de hipótesis general

Para realizar la prueba de hipótesis, de manera que se pueda determinar si la investigación es factible o no, de tal manera que se establece ciertos parámetros que facilita dicho calculo. Para el efecto de la verificación de la hipótesis se utiliza la prueba estadística, conocida como Chi-cuadrado, para determinar si existe alguna relación entre las dos variables de estudio.

Variable dependiente: Potencial turístico

Variable Independiente: Desarrollo turístico local

4.2.1. Planteamiento de la hipótesis

Hi: El desarrollo **SI** influye significativamente el potencial turístico de la Parroquia Alluriquín.

Ho: El desarrollo **NO** influye significativamente el potencial turístico de la Parroquia Alluriquín.

4.2.2. Nivel de significación

La presente investigación tendrá un nivel de confianza del 95% (0,95), por tanto, un nivel de riesgo de 5% (0,05)

Estimador estadístico

$$x^2 = \Sigma \frac{(O - E)^2}{E}$$

Σ = Sumatoria

O = Frecuencia observada

E = Frecuencia esperada

X^2 = Chi-Cuadrado

Preguntas para el cálculo

Las preguntas utilizadas para el cálculo de la hipótesis general fueron las siguientes:

Encuesta Turistas

- Pregunta 12. Tipo de turismo

Encuesta prestadores de servicios

- Pregunta 11. Motivos de visita del turista

4.2.3 Grados de Libertad.

Grados de libertad (Gl) = (fila – 1) (columna – 1)

$$Gl = (f - 1) (c - 1)$$

$$Gl = (2 - 1) (4 - 1)$$

$$Gl = (1) (3)$$

$$Gl = 3$$

$$X^2_t = 7.81$$

4.2.3 Frecuencias observadas

Tabla 4.Frecuencias observadas

FRECUENCIAS OBSERVADAS					
ITEMS	Hospedaje	Alimentación	Transporte	Guianza	TOTAL
Pregunta 12 Prest. Serví.	4	77	0	1	82
Pregunta 11 Turistas	85	110	141	48	384
TOTAL	89	187	141	49	466

Elaborado Por: Caridad Armijos

4.2.4 Frecuencias esperadas

Tabla 5.Frecuencias esperadas

FRECUENCIAS ESPERADAS				
ITEMS	Hospedaje	Alimentación	Transporte	Guianza
Pregunta 12 Encuesta Turistas	16	33	25	8
Pregunta 11 Encuesta prestadores de servicios	73	154	116	41

Elaborado Por: Caridad Armijos

4.2.5 Cálculo Del Chi – cuadrado

Tabla 6. Calculo Chi-cuadrado

O	E	O-E	(O-E) ^ 2	(O-E) ^ 2/E
4	16	-12	144	9
77	33	44	1936	59
0	25	-25	625	25
1	8	-7	49	6
85	73	12	144	2
110	154	-44	1936	13
141	116	25	625	5
48	41	7	49	1
4	16	-12	144	9
TOTAL				120

Elaborado Por: Caridad Armijos

4.2.6 Distribución del Chi – cuadrado

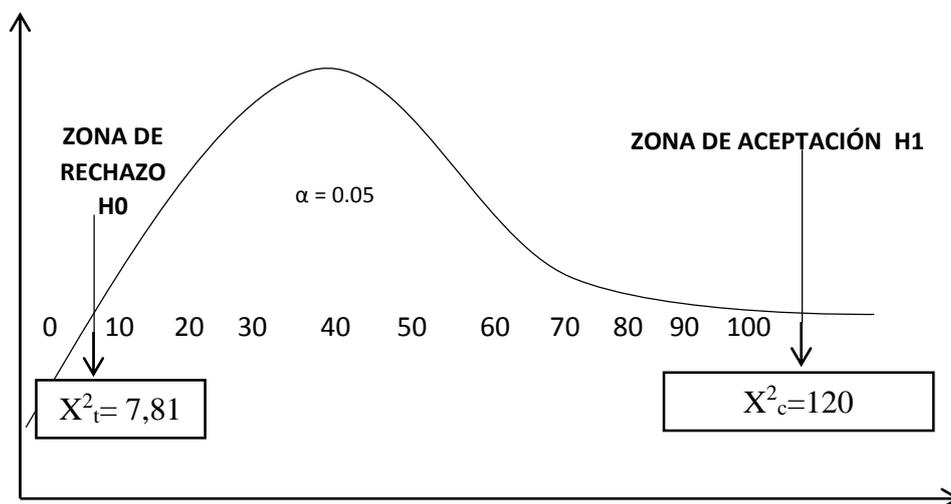
Tabla 7. Calculo Chi-cuadrado

DISTRIBUCIÓN DEL CHI – CUADRADO					
GRADOS LIBERTAD	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
1	2,71	3,84	5,02	6,63	7,88
2	4,61	5,99	7,38	9,21	10,60
3	6,25	7,81	9,35	11,34	12,84
4	7,78	9,49	11,14	13,28	14,86

Elaborado Por: Caridad Armijos

4.2.7 Representación gráfica

Gráfico 1. Representación Chi-Cuadrado hipótesis general



Elaborado Por: Caridad Armijos

4.2.8 Decisión

Luego de haber realizado la correspondiente verificación de la hipótesis, el valor calculado es 120, siendo este mayor al valor de la distribución del Chi-Cuadrado, que según el grado de libertad para este estudio es 3 correspondientes a 7,81. Por lo tanto se rechaza la hipótesis H0 la cual determina lo siguiente: El desarrollo turístico **NO** influye significativamente el potencial turístico local de la Parroquia Alluriquín, y se acepta la de investigación.

4.3. Pruebas de hipótesis específica 1

Para este caso la primera hipótesis específica es; “El estado actual de los servicios y atractivos influye en la realización de actividades turísticas de la parroquia Alluriquín”, por lo tanto, a continuación, se indican las variables de análisis.

Variable dependiente: Servicios y atractivos

Variable Independiente: Actividades turísticas

4.3.1. Planteamiento de la hipótesis

Hi: El estado actual de los servicios y atractivos **SI** influye en la realización de actividades turísticas de la parroquia Alluriquín.

Ho: El estado actual de los servicios y atractivos **NO** influye en la realización de actividades turísticas de la parroquia Alluriquín.

4.3.2 Nivel de significación

La presente investigación tendrá un nivel de confianza del 95% (0,95), por tanto, un nivel de riesgo de 5% (0,05) .

Preguntas para el cálculo

Las preguntas utilizadas para el cálculo de la hipótesis general fueron las siguientes:

Pregunta 9. ¿Cuál cree usted que es el principal motivo por el que los turistas visitan Alluriquín?

Pregunta 10. ¿Satisfacción de los servicios?

4.3.3 Grados de Libertad.

Grados de libertad (Gl) = (fila – 1) (columna – 1)

$$Gl = (f - 1) (c - 1)$$

$$Gl = (2 - 1) (4 - 1)$$

$$Gl = (1) (3)$$

$$Gl = 3$$

$$\chi^2 = 7.81$$

4.3.4 Frecuencias observadas

Para la obtención de las frecuencias observadas, es necesario realizar el cruce de las variables, para lo cual se hizo uso del programa SPSS, de manera que en la siguiente tabla se muestran los siguientes datos.

Tabla 8. Frecuencias observadas

		MOTIVOS DE VISITA DEL TURISTA				Total
		Salud	Aventura	Cultural	Gastronómico	
SATISFACCIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS	Poco satisfecho	0	12	23	5	40
	Moderadamente satisfecho	8	11	21	2	42
Total		8	23	44	7	82

Elaborado Por: Caridad Armijos

4.3.5 Frecuencias esperadas

Tabla 9. Frecuencias esperadas

FRECUENCIAS ESPERADAS				
ITEMS	Hospedaje	Alimentación	Transporte	Guianza
Pregunta 9	4	11	22	3
Pregunta 10	4	12	23	3

Elaborado Por: Caridad Armijos

4.3.6 Cálculo Del Chi – cuadrado

Tabla 10. Cálculo Chi-cuadrado

O	E	O-E	(O-E) ^ 2	(O-E) ^ 2/E
0	4	-4	16	4
12	11	1	1	0
23	22	1	1	0
5	3	2	4	1
8	4	4	16	4
11	12	-1	1	0
21	23	-2	4	0
2	3	-1	1	0
TOTAL				10

Elaborado Por: Caridad Armijos

4.3.7 Distribución del Chi – cuadrado

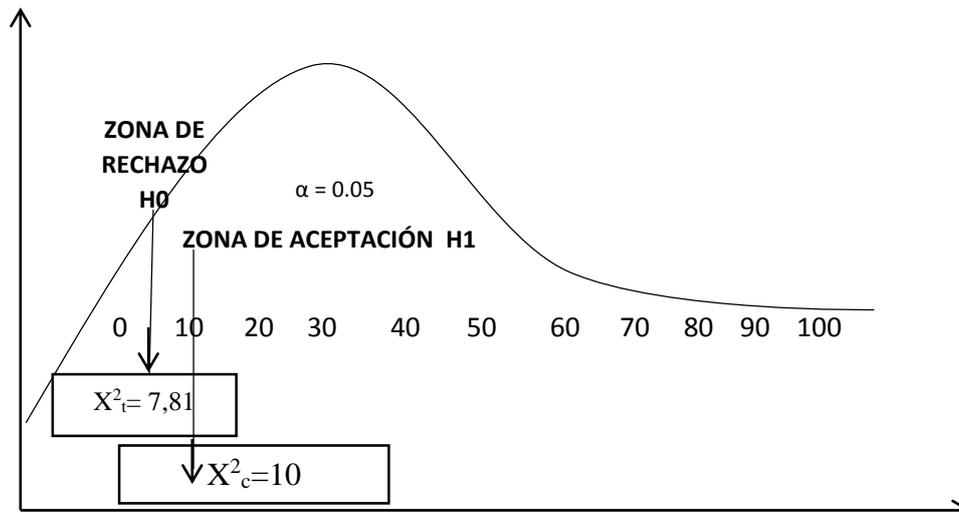
Tabla 11. Cálculo Chi-cuadrado

DISTRIBUCIÓN DEL CHI – CUADRADO					
GRADOS LIBERTAD	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
1	2,71	3,84	5,02	6,63	7,88
2	4,61	5,99	7,38	9,21	10,60
3	6,25	7,81	9,35	11,34	12,84
4	7,78	9,49	11,14	13,28	14,86
5	9,24	11,07	12,83	15,09	16,75

Elaborado Por: Caridad Armijos

4.3.8 Representación grafica

Gráfico 2. Representación Chi-cuadrado hipótesis específica 1



Elaborado Por: Caridad Armijos

4.3.9. Decisión

Luego de haber realizado la correspondiente verificación de la hipótesis, el valor calculado es 10, siendo este mayor al valor de la distribución del Chi-Cuadrado, que según el grado de libertad para este estudio es 3 correspondiente a 7,81. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula tanto se acepta la hipótesis H1 la cual determina lo siguiente: El estado actual de los servicios y atractivos **SI** influye en la realización de actividades turísticas de la parroquia Alluriquín.

4.4. Pruebas de hipótesis específica 2

Para este caso la segunda hipótesis específica es; “La demanda turística influye en el aprovechamiento del potencial turístico de Alluriquín.”, por lo tanto, a continuación, se indican las variables de análisis.

Variable dependiente: Demanda turística

Variable independiente: Aprovechamiento del potencial turístico

4.4.1. Planteamiento de la hipótesis

Hi: La demanda turística **SI** influye en el aprovechamiento del potencial turístico de Alluriquín.

Ho: La demanda turística **NO** influye en el aprovechamiento del potencial turístico de Alluriquín.

4.4.2 Nivel de significación

La presente investigación tendrá un nivel de confianza del 95% (0,95), por tanto, un nivel de riesgo de 5% (0,05).

Preguntas para el cálculo

Para el cálculo de esta segunda hipótesis específica, se obtienen los datos de los turistas, de las siguientes preguntas:

Pregunta 9. **Satisfacción de los turistas**

Pregunta 10. **Tipo de atractivos**

4.4.3 Grados de Libertad.

Grados de libertad (Gl) = (fila – 1) (columna – 1)

$$Gl = (f - 1) (c - 1)$$

$$Gl = (4 - 1) (3 - 1)$$

$$Gl = (3) (2)$$

$$Gl = 6$$

$$X^2_t = 12,59$$

4.4.4. Frecuencias observadas

Para la obtención de las frecuencias observadas, es necesario realizar el cruce de las variables, para lo cual se hizo uso del programa SPSS, de manera que en la siguiente tabla se muestran los siguientes datos.

Tabla 12. Frecuencias observadas

		SATISFACCIÓN			Total
		No procede la pregunta	Poco satisfecho	Moderadamente satisfecho	
TIPO DE ATRACTIVO	Cascadas	91	9	10	110
	Ríos	113	18	21	152
	Bosques	52	26	26	104
	Fiestas Culturales	0	8	10	18
Total		256	61	67	384

Elaborado Por: Caridad Armijos

4.4.5. Frecuencias esperadas

Tabla 13. Frecuencias esperadas

ITEMS	No procede la pregunta	Poco satisfecho	Moderadamente satisfecho
Cascadas	73	18	19
Ríos	101	24	27
Bosques	69	17	18
Fiestas Culturales	12	3	3

Elaborado Por: Caridad Armijos

4.4.6 Cálculo Del Chi – cuadrado

Tabla 14. Calculo Chi-cuadrado

O	E	O-E	(O-E) ^ 2	(O-E) ^ 2/E
91	73	18	324	4
9	18	-9	81	5
10	19	-9	81	4
113	101	12	144	1
18	24	-6	36	2
21	27	-6	36	1
52	69	-17	289	4
26	17	9	81	5
26	18	8	64	4
0	12	-12	144	12
8	3	5	25	8
TOTAL				67

Elaborado Por: Caridad Armijos

4.4.7 Distribución del Chi – cuadrado

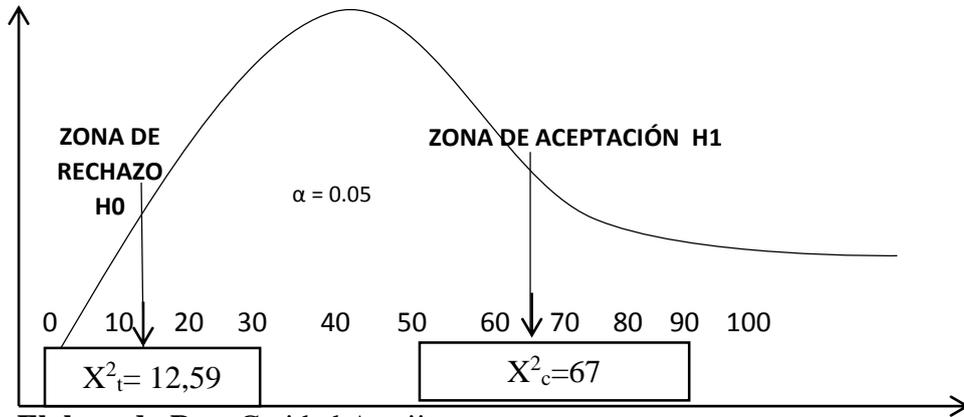
Tabla 15. Calculo Chi-Cuadrado

DISTRIBUCIÓN DEL CHI – CUADRADO					
GRADOS LIBERTAD	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
1	2,71	3,84	5,02	6,63	7,88
2	4,61	5,99	7,38	9,21	10,60
3	6,25	7,81	9,35	11,34	12,84
4	7,78	9,49	11,14	13,28	14,86
5	9,24	11,07	12,83	15,09	16,75
6	10,64	12,59	14,45	16,81	18,55
7	12,02	14,07	16,01	18,48	20,28

Elaborado Por: Caridad Armijos

4.4.8 Representación gráfica

Gráfico 3. Representación Chi-Cuadrado hipótesis específica 2



Elaborado Por: Caridad Armijos

4.4.9 Decisión

Luego de haber realizado la correspondiente verificación de la hipótesis, el valor calculado es 67, siendo este mayor al valor de la distribución del Chi-Cuadrado, que según el grado de libertad para este estudio es 3 correspondiente a 12,59. Por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis H_1 la cual determina lo siguiente: La demanda turística **SI** influye en el aprovechamiento del potencial turístico de Alluriquín.

4.4.10. Resumen de la propuesta

La propuesta del diseño de estrategias se fundamenta en el diagnóstico previo de la situación actual de la parroquia, para lo cual se realizó una investigación de campo en el lugar de intervención,

La herramienta utilizada fue una matriz DAFO, la cual permitió tener una visión completa del lugar, analizar sus amenazas, fortalezas, oportunidades y debilidades, se consideraron tres ítems por cada elemento, al analizar la matriz completa se optó por realizar un DAFO estratégico el cual dio una idea clara de las estrategias que se puede utilizar para aportar al potencial turístico y desarrollo de la parroquia.

Al analizar las estrategias encontradas se escogió la estrategia que ayude al crecimiento y mejora del potencial turístico y por ende al desarrollo local.

La estrategia utilizada fue la de innovar un producto turístico existente en la zona, de acuerdo al perfil de la demanda hacia ese sector y contando con los recursos existentes en el lugar, se plantea como hacer que el territorio adopte facilidades, nuevas actividades y promoción adecuada.

CONCLUSIONES

Luego de haber aplicado las encuestas a los turistas y prestadores de servicios turísticos, en la Parroquia Alluriquín del Cantón Santo Domingo, se obtuvieron los respectivos resultados que facilitaron llegar a las siguientes conclusiones:

- Al respecto del diagnóstico del estado actual del desarrollo turístico de la parroquia Alluriquín, se demuestran una variedad de servicios, siendo principalmente; Hospedaje, Alimentación, Transporte, Guianza, los mismos que en las diferentes encuestas, aplicadas tanto a turistas, como prestadores, se pudo identificar que el transporte, en el que un 36% de turistas, manifiesta que es el servicio que requiere mayor refuerzo e implementación, para satisfacer las necesidades de movilidad.
- Se logró la identificación de la demanda y su influencia en el aprovechamiento del potencial turístico de la parroquia Alluriquín. Al respecto el 55% de los prestadores de servicios manifestaron que se aprovecha significativamente en temporadas de feriado, de manera que el 57% de la población considera que el mejor medio hasta la actualidad ha sido radial. Por lo tanto, el mismo 57% establece importante el turismo para el mejoramiento de la calidad de vida, de los servidores por ende de la población en general.
- Se concluye en que es factible la realización de un producto turístico de acuerdo a la oferta y demanda del potencial turístico en la parroquia Alluriquín. El mismo que facilite la captación de más turistas, a través de la exposición de sus servicios de una manera más eficiente, que cause impacto en el turista, y decida como primera opción volver a determinado lugar.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las autoridades de la Parroquia Alluriquín, mantener actualizaciones constantes de los atractivos turísticos, para facilitar la difusión de los mismos.
- Establecer un programa adecuado de difusión publicitaria, por medio de redes sociales, de los atractivos turísticos, ya que muchos turistas desconocen de los mismos.
- Es recomendable la innovación de un producto turístico, para dar a conocer específicamente la ruta de las cascadas de los monos.

BIBLIOGRAFÍA

- Andreu, E. (2015). *Marketing de destinos turísticos: Análisis y estrategias turísticas*. Madrid: Publicaciones ESIC.
- Arguera, F. (Diciembre de 2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. *El periplo sustentable*, Vol. 15(Nº. 31), 15-45.
- Beltran, A. (2015). *Epistemología del turismo; Un ejercicio constructivo*. Artículo, Universidad Nacional de la Plata, Ciencias Económicas, La Plata.
- Castellanos, M. (2015). *Investigación y epistemología del turismo*. Barcelona : Ediciones Parainfo.
- Chávez, J. (2016). rEvaluación del potencial turístico del distrito de Huarango - San Ignacio, Cajamarca - Perú. *Revista Ecología Aplicada*, Vol. 15(Nº. 1), 37-46.
- Covarrubias, R. (2015). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL EN MUNICIPIOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS*. Obtenido de eudme.ed: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/potencial-turistico.htm>
- Crosby, A. (2016). *El desarrollo turístico sostenible en el medio rural*. Barcelona: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- GAD PARROQUIAL ALLURIQUIN. (2015). www.alluriquin.gob.ec. Obtenido de GAD ALLURIQUIN: http://alluriquin.gob.ec/images/slider/PDyOT_Alluriquin_Aprobado_octubre_2015.pdf
- Jafary, S. (2014). *El turismo como disciplina científica*. Barcelona: Ediciones Parainfo S.A.
- Martínez, F. (2016). *Producción y significado epistemológico del turismo* (Vol. Vol. 5). Buenos Aires: Ediciones Magallanes S.A.
- Morales, G. G. (2014). *Evaluación del potencial turístico en la Playa Norte de el Mogote, Bahía de La Paz. B.C.S., México*. Instituto Politécnico Nacional. La Paz: Instituto Politécnico Nacional. Obtenido de <http://www.biblioteca.cicimar.ipn.mx/oasis/Medios/tesis/garciamo1.pdf>
- Morales, O. (2015). *Potencial turístico y desarrollo local del cargo urbano de San José*. Loja: Universidad Nacional de Loja.
- Netto, A. (2014). Filosofía del turismo; Fase teórica del potencial turístico. *Revista Investigación Cultural*, Vol. 2(Nº. 6), 48-92.

- Oliveira, A. (2016). *Filosofía del turismo; Una decisión de superación social y cultural*. Bogotá: Ediciones Barreiro S.L.
- Ortega, H. (2015). *Evaluación del potencial turístico*. Lima: Instituto de investigaciones Amazonico de Perú.
- Peralta, A. (2014). *Plan de desarrollo turístico local de la comunidad de Chiquilpe en la provincia de Santo Domingo de Tsáchilas*. Tesis, Universidad del Azuay, Escuela de Turismo, Cuenca.
- Santana, M. (2015). *Epistemología del potencial turístico*. Madrid: Ediciones Pearson S.A.
- Sarmiento, M. (2015). *Propuesta de promoción del potencial turístico de la parroquia San José de Ancón*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Facultad de especialidades empresariales. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/295/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-54.pdf>
- Varisco, C. (2008). *Desarrollo Turístico y Desarrollo Local: La competitividad de los destinos turísticos de sol y playa*. Buenos Aires.
- Varisco, C. (2014). *Desarrollo turístico y Desarrollo local*. Maracaibo: Universidad Nacional de La Plata.
- Vicuña, J. (2017). *Modelo de organización de la comuna Chiquilpe, para el desarrollo del turismo comunitario del Cantón Santo Domingo, Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas 2017-2021*. Tesis, Universidad Técnica Particular de Loja, Área Administrativa, Loja.
- Zimmer, P. (2016). *Evaluación exitosa del potencial turístico*. Barcelona: Editoriales Leader S.L.

ANEXOS

ANEXO 1. PLANIFICACIÓN DE TUTORÍAS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Facultad: Ciencias Políticas y Administrativas

Carrera: Gestión Turística y Hotelera

Período académico: Octubre 2018 – Febrero 2019

Título del proyecto de investigación: “Desarrollo y potencial turístico local en la parroquia Alluriquín, Cantón Santo Domingo”

Tutor: Mgs. Daniel Marcelo Guerrero Vaca.

Estudiante: Caridad Chantal Armijos Santana

Cédula/Pasaporte: 172506243-2

Estado de Titulación:

- () Último Ciclo
 () Primera prórroga (gratuita)
 () Segunda prórroga (pagada)
 () Actualización de Conocimiento **SIN** curso Primera prórroga (gratuita)
 () Actualización de Conocimiento **SIN** curso Segunda prórroga (pagada)
 () Aprobar Curso de Actualización de Conocimientos
 () Primera prórroga (gratuita) Actualización de Conocimiento Aprobado
 () Segunda prórroga (pagada) Actualización de Conocimiento Aprobado

Nº	PARAMETROS DE REVISION	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				META / RESULTADO ESPERADO	OBSERVACIONES
		1 S	2 S	3 S	4S	1 S	2 S	3 S	4 S	1 S	2 S	3 S	4 S	1 S	2 S	3 S	4S		
1	Revisión del perfil de la investigación																		
2	Revisión del desarrollo del proyecto de investigación																		
2.1	Introducción / cumplimiento de objetivos																		
2.2	Estado del arte / Marco Teórico																		
2.3	Metodología																		
2.4	Resultados y discusión																		
2.5	Conclusiones y recomendaciones																		
2.6	Referencias bibliográficas																		
3	Revisión final del proyecto de investigación																		

Mgs. Daniel Guerrero

Tutor (a)

Caridad Armijos

Estudiante

ANEXO 2. PROPUESTA

Introducción

La parroquia Alluriquín forma parte del Cantón Santo Domingo, posee un clima trópico-húmedo.

Objetivo General

Formular estrategias de acuerdo a la oferta y demanda identificada.

Objetivos Específicos

- Escoger la mejor estrategia que ayude a desarrollar el potencial turístico.
- Desarrollar la estrategia escogida.

La matriz DAFO es una herramienta de planificación la cual se utilizó para hacer un análisis interno y externo de la parroquia, con los resultados del análisis se planteó estrategias para contrarrestar o desarrollar los puntos que se encontró.

Después de realizar el diagnóstico, se pudo determinar lo siguiente:

Cuadro 4. Análisis FODA

FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">• Atractivos idóneos para deportes de aventura.• Ubicación Estratégica• Flora y fauna	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">• Planificación turística provincial.• Proyectos turísticos a nivel cantonal y provincial• Perfil de demanda acorde a la oferta registrada.
DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none">• Productos turísticos no desarrollados.• Medios de comercialización no definidos.• Falta de facilidades turísticas.	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">• Contaminación• Desastres Naturales• Competencia de otros destinos consolidados.

Elaborado por: Caridad Armijos

Cuadro 5. Matriz de estrategias

OPORTUNIDADES		AMENAZAS
O1 Planificación turística provincial. O2 Proyectos turísticos a nivel cantonal y provincial O3 Perfil de demanda acorde a la oferta registrada.		A1 Contaminación A2 Desastres Naturales A3 Competencia de otros destinos consolidados.
FORTALEZAS	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA FA
F1 Atractivos idóneos para deportes de aventura. F2 Ubicación Estratégica F3 Flora y Fauna	F1.03. Crear productos enfocados a la demanda detectada. F2.02. Aprovechar la ubicación estratégica de la parroquia mediante el impulso a la inversión de proyectos. F3. 01. Inventariar la flora y fauna como parte de la planificación turística provincial.	F.1.A1. Evaluar los atractivos aptos para deportes de aventura, y así evitar la contaminación de estos lugares. F2. A3. Valorar la ubicación estratégica de la parroquia y así identificar la competencia cercana. F3. A2. Identificar la flora y fauna representativa y plantear acciones para mitigar los posibles danos ante desastres naturales.
DEBILIDADES	ESTRATEGIA DO	ESTRATEGIA DA
D1 Productos turísticos no desarrollados D2 Medios de publicidad no definidos. D3 Falta de facilidades turísticas.	D1. O3. Innovar productos existentes de acuerdo a la demanda registrada. D2.03.02 Definir el medio de publicidad efectivo para el tipo de demanda, y emplearlos en el desarrollo de proyectos turísticos a nivel cantonal y provincial. D3.01. Registrar la falta de facilidades turísticas en los atractivos y regístralos en la planificación turística provincial.	D2. A2. Elegir un medio de publicidad para informar sobre zonas de desastres naturales. D3. A3. Mejorar las faltas de facilidades turísticas para poder competir con otros destinos. D1. A1. Analizar los productos que no se encuentran desarrollados e implementar medidas de prevención en la contaminación de estos.

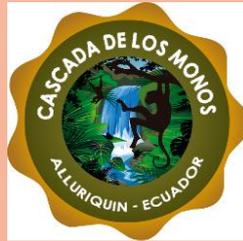
Elaborado por: Caridad Armijos

Luego de realizar el diagnóstico se escogió la estrategia que ayudara a fortalecer el potencial turístico, la estrategia elegida se detalla a continuación:

D1. O3. Innovar productos existentes de acuerdo a la demanda registrada

ALLURIQUÍN TIERRA DE ENCANTO Y DIVERSIDAD TURÍSTICA

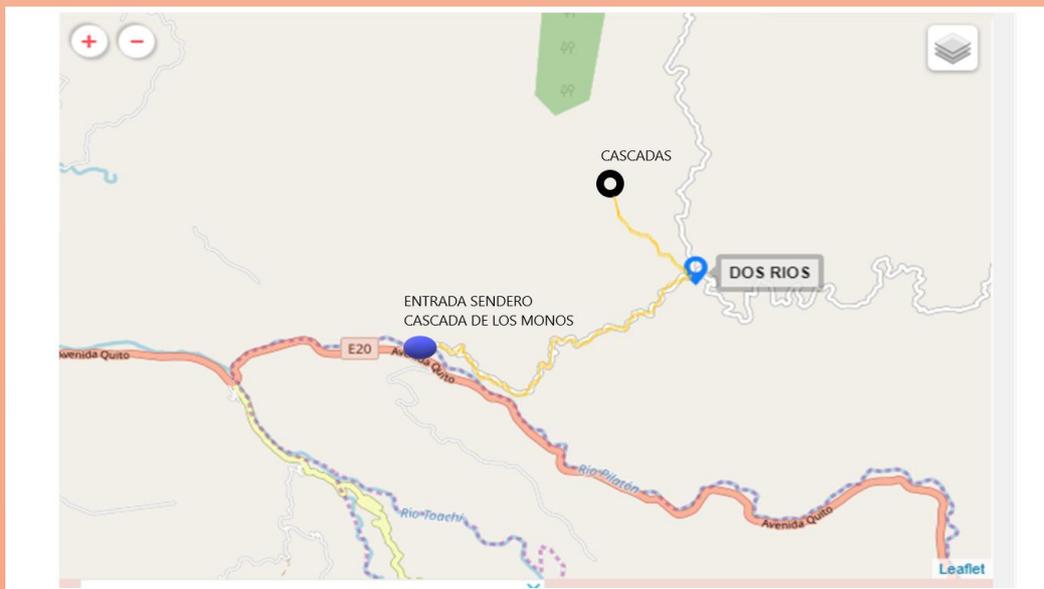
SENDERO DE AVENTURA CASCADA DE LOS MONOS



Logo Ruta Cascada de los monos.

Fuente: Ecoallur Adventure

El atractivo está localizado, al ingresar al margen izquierdo en la vía Quito kilómetro 40, a la vía al Recto Mar de la Tranquilidad. Se recorren unos 8 km pasando el centro poblado del Recinto Dos Ríos margen izquierdo, caminar 30 minutos hasta llegar a la primera cascada.



Ruta del Sendero Cascada de los monos

Fuente: Google Maps

ALLURIQUÍN TIERRA DE ENCANTO Y DIVERSIDAD TURÍSTICA

Recorrido.

Al ingresar al lugar se haría el recorrido en bicicleta en una vía de segundo orden, un recorrido aproximado de media hora, al llegar al recinto Dos Ríos se dejaría la bicicleta en un lugar seguro en la casa de un habitante del lugar escogido con anterioridad, en este lugar se tomará un breve descanso para hidratar el cuerpo y tomar energía para el recorrido hacia el bosque y las cascadas.

Luego de descansar y tener un espacio de esparcimiento para tomar fotos y contemplar la naturaleza, se continuará el sendero hacia el bosque, por media hora hasta llegar a las cascadas de aguas cristalinas en donde se puede realizar canyoning, rappel, avistamiento de aves, o disfrutar de un delicioso baño.



Actividades de Canyoning

Fuente: Ecoallur Adventure

ALLURIQUÍN TIERRA DE ENCANTO Y DIVERSIDAD TURÍSTICA

El recorrido por el bosque y las cascadas, es de 1.5 km, alrededor de 1 hora, así lograremos culminar las 6 cascadas con las que cuenta este atractivo. A las 6 de la tarde se puede recorrer el bosque para observar a los monos aulladores y la fauna del lugar. En las propiedades aledañas al lugar se puede ofrecer el servicio de camping y una caminata en la noche para apreciar las especies fauna nocturna.



Camping

Fuente: Ecoallur Adventure

Al siguiente día a las 6 de la mañana se puede observar a los monos sino se realizó el recorrido la noche anterior, se desayunaría en el lugar, luego se tomaría la misma ruta de regreso a Alluriquín. Como complemento se puede utilizar transporte de regreso para las personas que no deseen hacer uso de la bicicleta por el cansancio.

Para lograr la satisfacción del turista y la seguridad del mismo, se debe instalar señalética en el lugar, al igual que se ocuparán del mantenimiento a los senderos una vez al mes, se brindará los servicios necesarios en el lugar como: alimentación, servicios básicos, área de camping, al igual que guías especializados en turismo de aventura lugar y guías nativos de la parroquia.

ALLURIQUÍN TIERRA DE ENCANTO Y DIVERSIDAD TURÍSTICA

Señalética a Implementar.

La señalética que será parte del recorrido por el sendero, es la implementada por el Ministerio de Turismo, en el Manual de Señalización Turística.



Sendero



Observación de Aves



Observación de Flora



Cascada



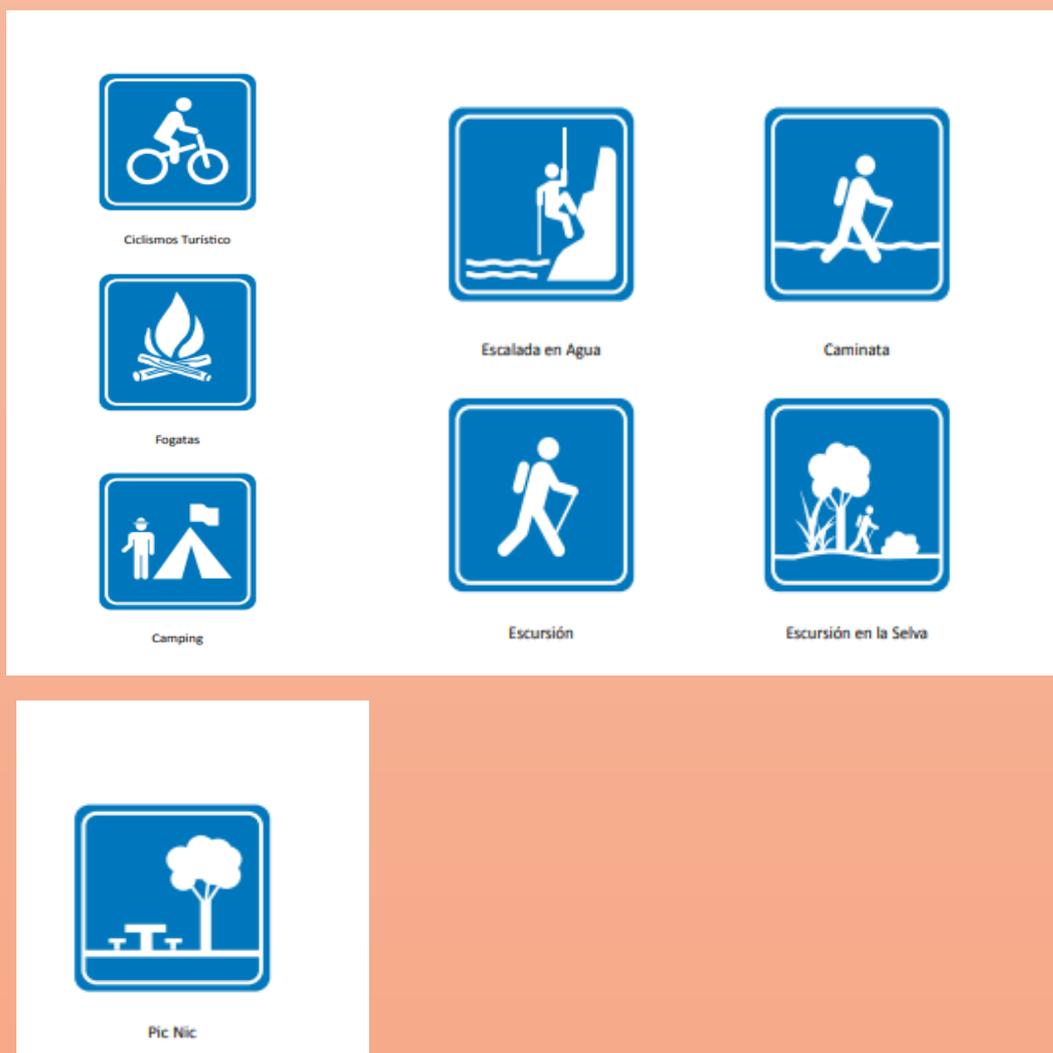
Bosque

Pictograma Atractivos Naturales
Elaboración: Ministerio de Turismo

ALLURIQUÍN TIERRA DE ENCANTO Y DIVERSIDAD TURÍSTICA

Señalética a implementar para información de actividades.

PICTOGRAMA ACTIVIDADES TURÍSTICAS



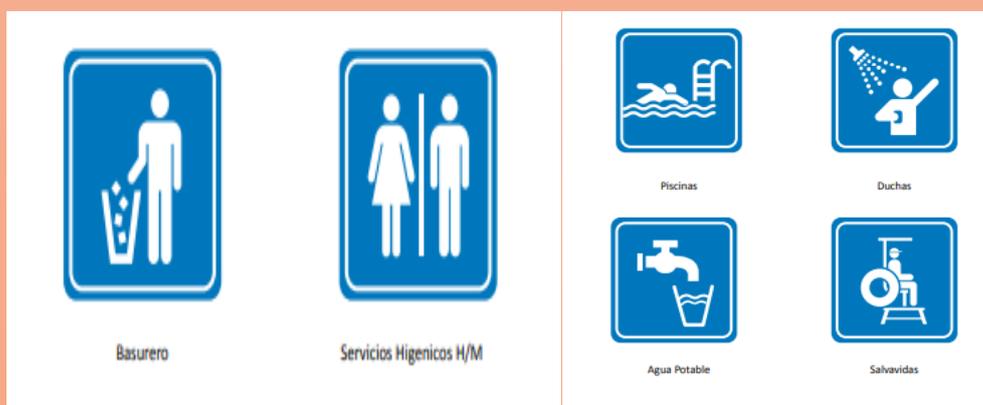
Fuente: Ministerio de Turismo 2011.

Elaboración: Ministerio de Turismo

ALLURIQUÍN TIERRA DE ENCANTO Y DIVERSIDAD TURÍSTICA

Señalética a implementar para información de actividades.

SEÑALÉTICA DE SERVICIOS DE APOYO.



Fuente: Ministerio de Turismo 2011.

Elaboración: Ministerio de Turismo

ALLURIQUÍN TIERRA DE ENCANTO Y DIVERSIDAD TURÍSTICA

Señalética a implementar para información de actividades.

SEÑALÉTICA DE RESTRICCIÓN.



Fuente: Ministerio de Turismo 2011.

Elaboración: Ministerio de Turismo

ALLURIQUÍN TIERRA DE ENCANTO Y DIVERSIDAD TURÍSTICA

Medios de Promoción del Sendero.

En las encuestas realizadas para determinar el perfil de visitante de la parroquia, se obtuvo como resultado, el mejor medio para promocionar el atractivo y se pueda lograr el alcance deseado para atraer a los turistas y se enteren de los nuevos lugares para vivir experiencias únicas. Los prestadores de servicios en muchos casos creen que no es necesario realizar publicidad, otros en su mayoría al no tener datos de demanda y no tener un perfil definido de visitante están utilizando de una manera errónea el medio de comercialización.

Teniendo en cuenta estos antecedentes, para lograr una promoción efectiva luego de implementar las facilidades necesarias en el lugar, se realizará la promoción por medio de una fan page en Facebook y una cuenta del atractivo en Instagram pudiendo tener el alcance deseado hacia nuestra demanda, como complemento a esto se subirá información turística del atractivo a la página web del GAD parroquial de Alluriquín.

Imagen Facebook Publicidad

Fuente: www.Facebook.com

ANEXO 3. INVENTARIO TURÍSTICO DE ALLURIQUÍN

Datos Generales de Ubicación y Georreferenciación del Atractivo Río Damas

UBICACIÓN			GEOREFERENCIACIÓN		ALTITUD
PROVINCIA	CANTON	PARROQUIA	LATITUD	LONGITUD	
Santo Domingo de los Tsáchilas	Santo Domingo de los Colorados	Alluriquín	S 0.192474°	O 78.595187°	724 msnm

Fotografía 1: Río Damas



DESCRIPCIÓN:

El Río Damas se caracteriza por sus aguas cristalinas y grandes piedras, que permiten la formación de piscinas naturales; posee una profundidad de entre los 1.5 a 2 metros y se encuentra ubicado a 200 metros del centro poblado de San José de Alluriquín, el acceso al río se realiza por el sector de El Pasaje, calle Pasaje El Rosal. Este río sirve para identificar la llegada a este centro poblado. La accesibilidad al atractivo turístico es por medio de una vía de primer orden en buen estado hasta el sector de El Pasaje, en este punto la vía se transforma a una de segundo orden en estado regular.

El atractivo no se encuentra inmerso dentro de un espacio turístico, no dispone de señalización de aproximación ni mucho menos en el sitio. En cuestión de servicios básicos este dispone de red de alumbrado público, telefonía móvil, centro de salud de la parroquia de Alluriquín y puesto de Policía Nacional, estos dos últimos a 500 metros del atractivo; lamentablemente carece de agua potable, alcantarillado y gestión de residuos generados por la actividad turística. En cuanto al transporte se observa la presencia de bus y automóvil con frecuencia diaria. El ingreso es de tipo libre y se puede disfrutar de este todos los días, pero no dispone de acceso para personas con discapacidad.

Fuente y Elaboración: Equipo Técnico UTPL, 2017.

Datos Generales de Ubicación y Georreferenciación del Atractivo Bosque Tinalandia

UBICACIÓN			GEOREFERENCIACIÓN		ALTITUD
PROVINCIA	CANTON	PARROQUIA	LATITUD	LONGITUD	
Santo Domingo de los Tsáchilas	Santo Domingo de los Colorados	Alluriquín	S 0.297881°	W 79.052742°	680 msnm

Fotografía 2: Bosque Tinalandia



DESCRIPCIÓN:

El Bosque Tinalandia es fundado en 1950, cuenta con una alta cercanía para los visitantes de Santo Domingo y San José de Alluriquín, pero actualmente no se encuentra prestando el servicio turístico, dispone de 400 hectáreas de bosque natural de la Fundación Tanti. El acceso se realiza por la vía de primer orden Santo Domingo – Aloag que dispone de un buen estado, a la altura del kilómetro 8 a mano derecha se ubica el ingreso al bosque.

El ingreso es de tipo restringido, se necesita establecer contacto con el propietario para poder visitar el atractivo. El atractivo no se encuentra inmerso dentro de un espacio turístico, dispone de señalización de aproximación de estado regular pero carece de esta dentro del sitio. En cuestión de servicios básicos este dispone de agua entubada, red de alumbrado público, telefonía móvil, pozo séptico y la gestión de residuos se realiza por medio del carro recolector. Carece de puesto de salud o seguridad a 500 metros de la ubicación del atractivo. En relación al transporte es posible llegar en bus que dispone de frecuencia diaria por el atractivo, o en automóvil y 4x4 que se observa de forma eventual.

Fuente y Elaboración: Equipo Técnico UTPL, 2017.

Lelia

UBICACIÓN			GEOREFERENCIACIÓN		ALTITUD
PROVINCIA	CANTON	PARROQUIA	LATITUD	LONGITUD	
Santo Domingo de los Tsáchilas	Santo Domingo de los Colorados	Alluriquín	S 0.311308°	W 79.033890°	683 msnm

Fotografía 3: Río Lelia



DESCRIPCIÓN:

El Río Damas se caracteriza por la formación de piscinas naturales debido a la presencia de las rocas, las cuales llegan a dimensiones entre los 8 metros. El atractivo se ubica en el Recinto El Paraíso, la accesibilidad se realiza por una vía de segundo orden de mal estado

El ingreso es de tipo libre y se puede disfrutar del atractivo todos los días sin temporalidad establecida. El Río Lelia no se encuentra inmerso dentro de un espacio turístico y no dispone de señalización de aproximación ni en el sitio. En cuestión de servicios básicos este no dispone de centro de salud y puesto de seguridad a 500 metros a la redonda del

Fuente y Elaboración: Equipo Técnico UTPL, 2017.

Cascadas del Diablo

PROVINCIA	UBICACIÓN		GEOREFERENCIACIÓN		ALTITUD
	CANTON	PARROQUIA	LATITUD	LONGITUD	
Santo Domingo de los Tsáchilas	Santo Domingo de los Colorados	Alluriquín	S 0.328125°	W 78.948311°	869 msnm

Fotografía 4: Cascadas del Diablo



DESCRIPCIÓN:

Las Cascadas del Diablo son un conjunto de 9 caídas de agua que van desde 3 metros hasta los 50 metros de altura, el recorrido se extiende en 1.5 km dentro del cual se puede observar variedades de fauna y flora, permitiendo disfrutar de paisajes idóneos para la práctica de la fotografía. Para visitar estas cascadas se debe llegar al kilómetro 40 vía a Quito en el margen izquierdo se observa una entrada al Recinto Mar de la Tranquilidad aproximadamente a unos 5 kilómetros del ingreso se observan las cascadas el pie de la vía.

Este atractivo es el más importante para la población local, aunque no se ubica dentro de un espacio turístico, dispone de señalización en el sitio permitiendo identificar el nombre de cada una de las cascadas pero se encuentra en mal estado. Se debe resaltar que el ingreso a las cascadas es libre y se puede realizar todos los días y en cualquier época del año, pero no se dispone de accesibilidad para personas discapacitadas. El transporte hacia el atractivo es de frecuencia diaria en bus y de forma eventual en automóvil.

Fuente y Elaboración: Equipo Técnico UTPL, 2017.

ANEXO 4. TABULACIONES

EDAD

Tabla 1. Edad

		EDAD			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	16-19	74	19	19	19.3
	20-30	154	40	40	59.4
	31-40	156	40	40	100.0
	Total	384	100	100	

Fuente: Encuesta a los turistas

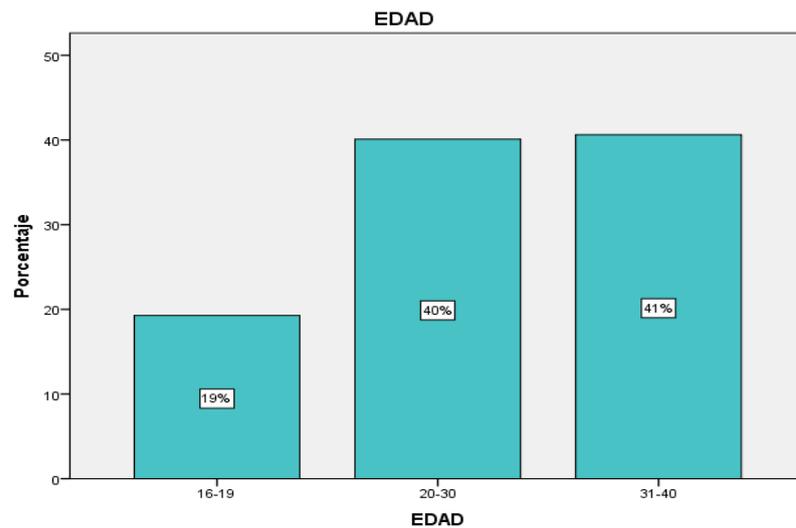


Gráfico 1. Edad

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

Según los datos de la Tabla 1 vemos que los encuestados en un 41%, están en edades entre los 31 y 40 años, en segundo lugar, con el 40% tenemos edades entre los 20 y 30 años de edad y por último el 19% de los encuestados con edades entre los 16 y 19 años.

GÉNERO

Tabla 2. Género

		GÉNERO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	167	43.49	43.49	43.5
	Femenino	217	56.51	56.51	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta a los turistas

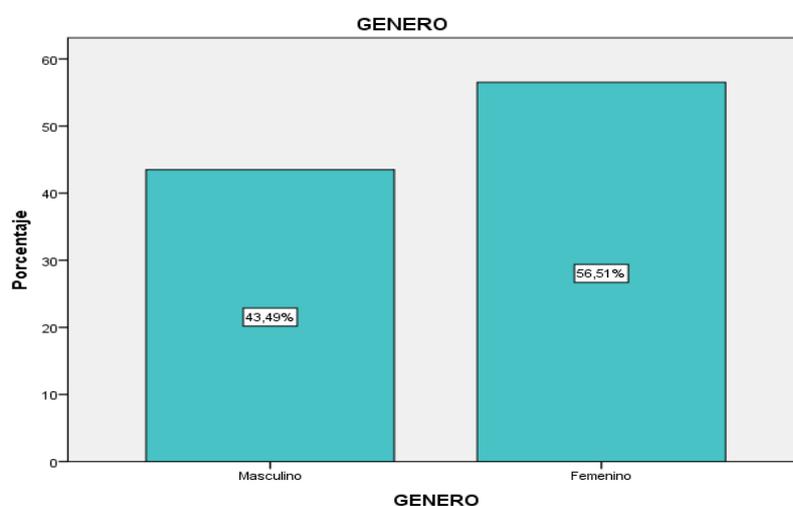


Gráfico 2. Género

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

Según los resultados de la encuesta la Tabla 2, nos muestra que el 56.51% de los encuestados responde al género femenino, mientras que el restante con el 43.49% son del género masculino.

EDUCACIÓN

Tabla 3. Educación

		EDUCACIÓN			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	73	19	19	19.0
	Tercer Nivel	155	40	40	59.4
	Postgrado	156	40	40	100.0
	Total	384	100	100	

Fuente: Encuesta a los turistas

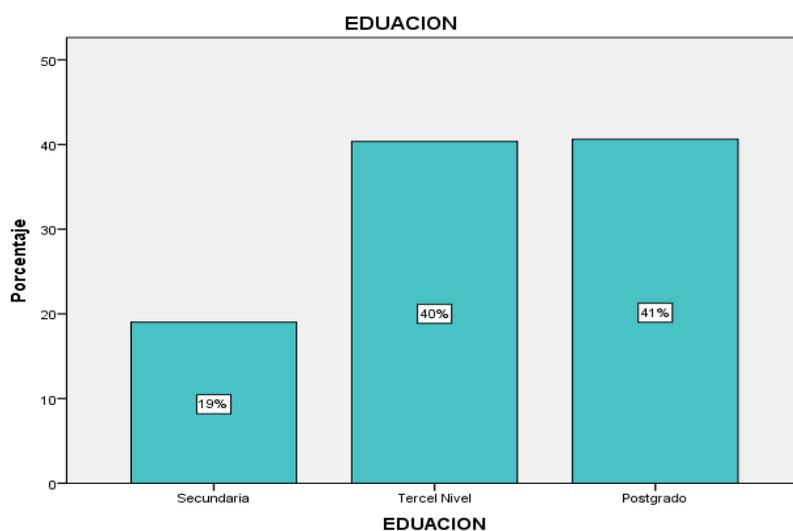


Gráfico 3. Educación

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

La tabla 3 nos muestra resultados como que el 41% de los encuestados tienen instrucción de cuarto nivel o posgrado, El 40% de los encuestados tiene estudios de tercer nivel, y por último el 19% de los encuestados es bachiller, por lo tanto, vemos que todos ya tienen un carácter formado académicamente.

PROCEDENCIA

Tabla 4. Procedencia

PROCEDENCIA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sierra	260	68	68	67.7
	Costa	124	32	32	100.0
	Total	384	100	100	

Fuente: Encuesta a los turistas

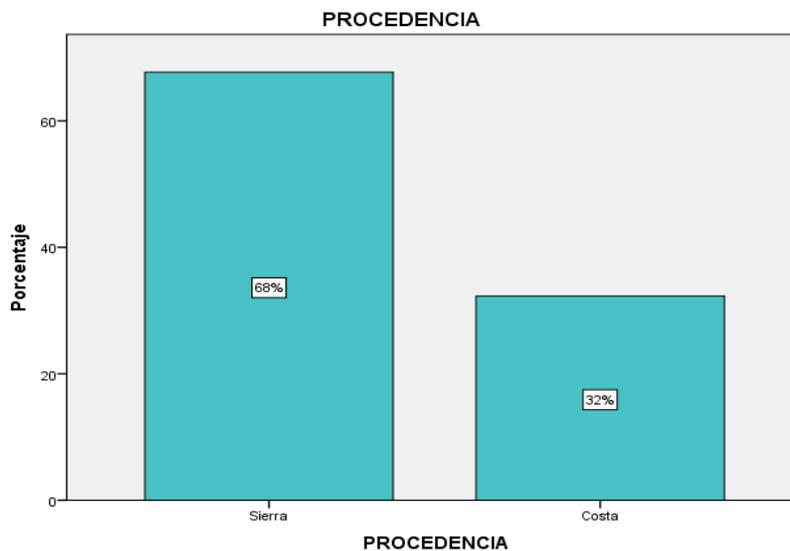


Gráfico 4. Procedencia

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

Según vemos los resultados de la Tabla 4, el 68% de los encuestados son de la Sierra, mientras que el 32% de los encuestados respondió que es de la Costa. En esta pregunta analizamos que turistas internos de la Sierra siempre prefieren moverse aquí mismo, pero también hay gente de la Costa que prefiere salir de sus ciudades y aunque sea una travesía, disfrutar lo que visita.

ESTADO CIVIL

Tabla 5. Estado Civil

		ESTADO CIVIL			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero	216	56	56	56.3
	Casado	168	44	44	100.0
	Total	384	100	100	

Fuente: Encuesta a los turistas

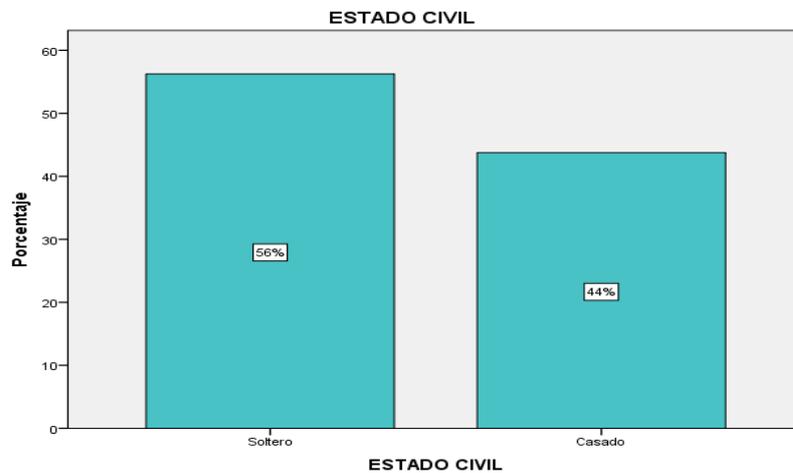


Gráfico 5. Estado civil

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

En la Tabla 5 vemos que el 56% de los encuestados es de estado civil soltero, y el 44% son casados, así vemos que la sociedad sin importar su estado civil si se muestra interesado por viajar y visitar lugares de relajamiento, distracción, entre otros, pues no es un condicionante para limitarse a viajar.

TIPO DE VIAJE

Tabla 6. Tipo de viaje

		TIPO DE VIAJE			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Con amigos	180	47	47	47
	Con la familia	204	53	53	100
	Total	384	100	100	

Fuente: Encuesta a los turistas

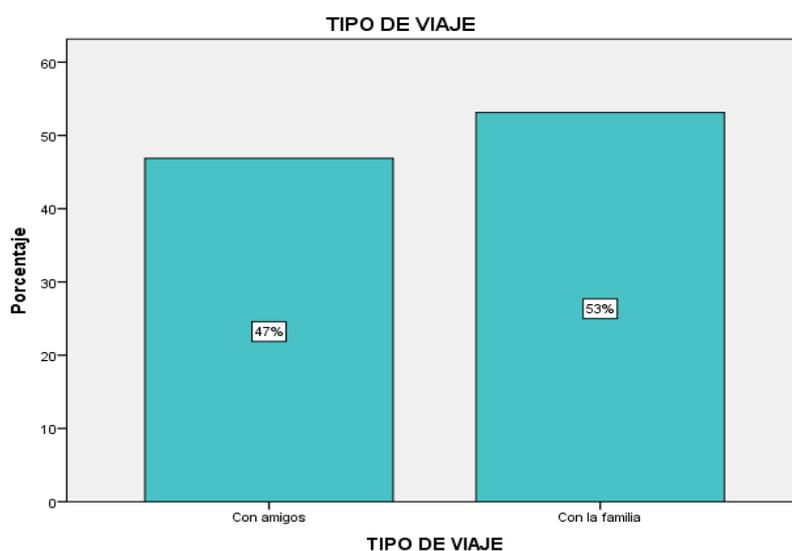


Gráfico 6. Tipo de viaje

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

Según los resultados de la encuesta el 47% prefiere viajar con amigos y el 53% de los encuestados respondió que prefieren tener viaje con la familia. Estos resultados pueden responder también de acuerdo al estado civil que tienen los encuestados y obviamente los casados también sentirse bien para viajar con sus cónyuges y algunos de estos mismos prefieren sus amistades, para realizar viajes.

CONOCE ALLURIQUÍN

Tabla 7. Conoce Alluriquín

		CONOCE ALLURIQUÍN			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	132	34	34	34
	No	252	66	66	100
	Total	384	100	100	

Fuente: Encuesta a los turistas

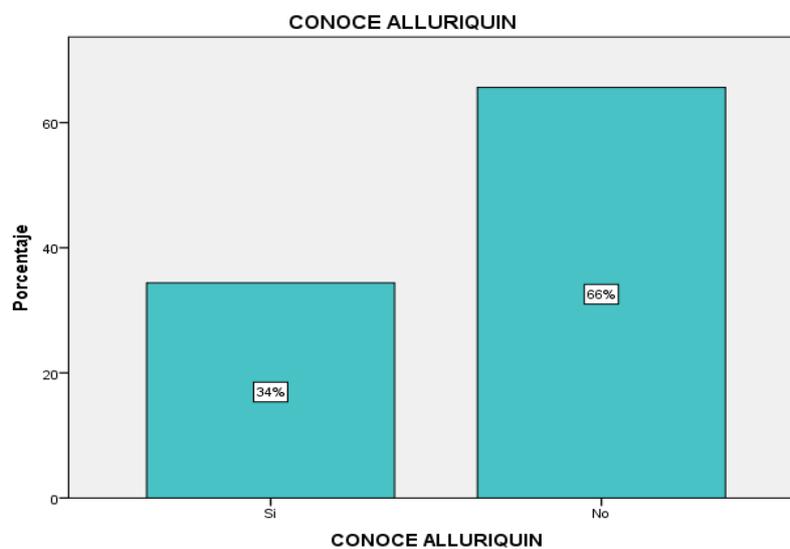


Gráfico 7. Conoce Alluriquín

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

En esta pregunta tenemos que el 66% de los encuestados no conoce Alluriquín, y el 34% de los encuestados, respondió positivamente que sí conoce Alluriquín, según la Tabla 7. Con éste resultado negativo mucho más alto, se trabaja para poder hacerlo un lugar de atractivo y que la gente lo visite y quiera regresar siempre.

CONOCERÍA ALLURIQUÍN

Tabla 8. Conocería Alluriquín

		CONOCERÍA ALLURIQUÍN			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	128	33	33	33
	Si	256	66	66	100
	Total	384	100	100	

Fuente: Encuesta a los turistas

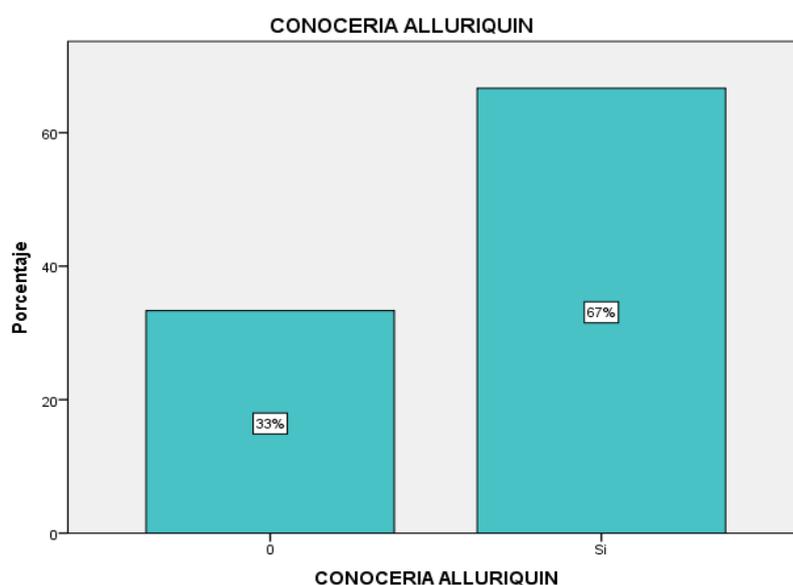


Gráfico 8. Conocería Alluriquín

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

En la tabla 8, los resultados de la encuesta revelaron que el 67% si quisiera conocer Alluriquín, y el 33%, respondió que no quisiera. Si analizamos el resultado de la pregunta anterior también hubo personas que respondieron que ya conocían el lugar, tal vez por tal razón estos resultados negativos también, pues siempre es atrayente un lugar nuevo.

SATISFACCIÓN

Tabla 9. Satisfacción

		SATISFACCIÓN			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No procede la pregunta	256	66.67	66.67	66.7
	Poco satisfecho	61	15.89	15.89	82.6
	Moderadamente satisfecho	67	17.45	17.45	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta a los turistas

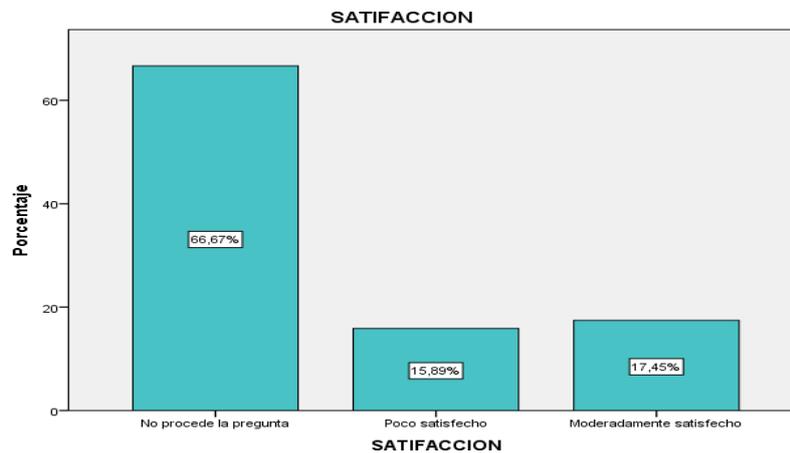


Gráfico9.Satisfacción

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

Según los resultados de la encuesta en la Tabla 9, los encuestados en esta pregunta respondieron en un 66.67% que no procede la pregunta, el 17,45% respondió que se encuentra moderadamente satisfecho y el 15,89% respondió que esta poco satisfecho.

CONOCE LOS ATRACTIVOS

Tabla 10. Conoce los atractivos

		CONOCE LOS ATRACTIVOS			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	75	19	19	19
	No	309	80	80	100
	Total	384	100	100	

Fuente: Encuesta a los turistas

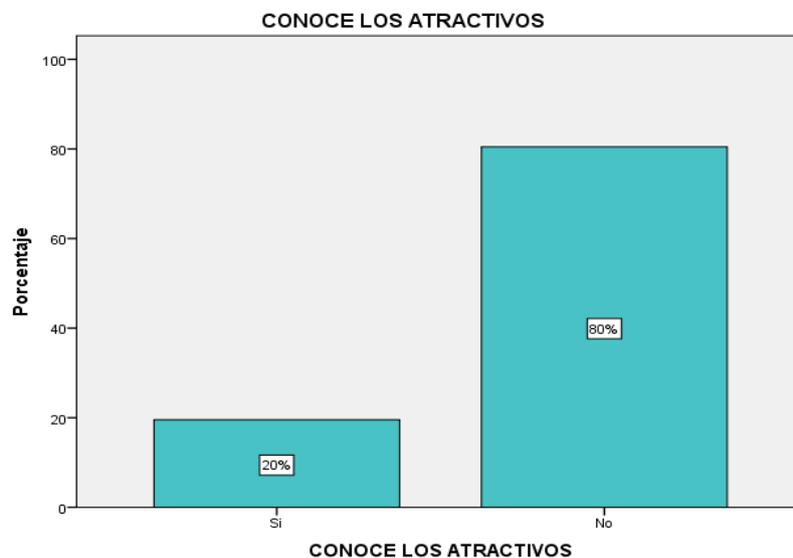


Gráfico 10. Conoce los atractivos

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

Según la Tabla 10, el 80% de los encuestados respondió que no conoce los atractivos, y el 20% dijo que si conocía los atractivos. Por lo tanto, los resultados de esta pregunta, deben mover a tomar medidas para que se haga conocer mediante su promoción, cierto lugar.

MEDIO DE INFORMACIÓN

Tabla 11. Medio de Información

		MEDIO DE INFORMACIÓN			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No procede la pregunta	252	66	66	66
	Redes Sociales	86	22	22	88
	Revistas turísticas	2	1	1	88
	Periódicos	21	5	5	94
	Televisión	23	6	6	100
	Total	384	100	100	

Fuente: Encuesta a los turistas

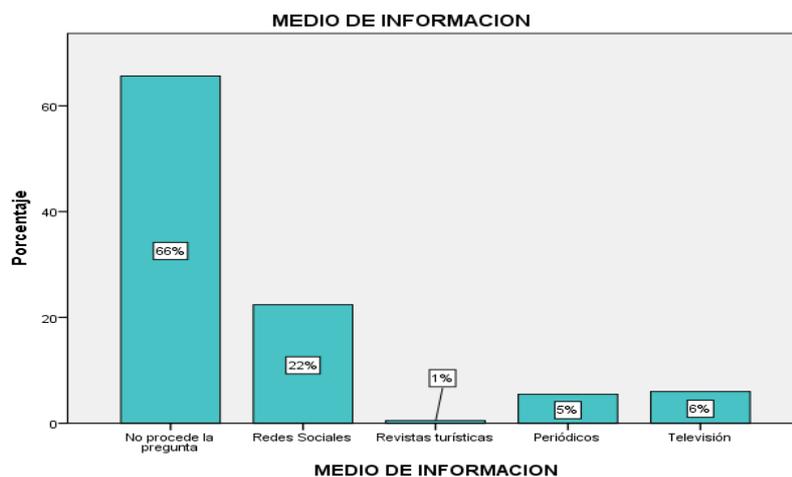


Gráfico 11. Medio de Información

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

Viendo los resultados de esta pregunta, según la Tabla 11, el 66% manifestó que no procede la pregunta, el 22% manifestó que su medio de información son las redes sociales, el 6% manifestó que es por la televisión y el 5% manifestó que era por la prensa escrita, y por último el otro 1% dijo que su medio de información era por revistas turísticas.

TIPO DE TURISMO

Tabla 12. Tipo de Turismo

		TIPO DE TURISMO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Aventura	196	51	51	51.0
	Salud	29	8	8	58.6
	Ecoturismo	129	34	34	92.2
	Rural	30	8	8	100.0
	Total	384	100	100	

Fuente: Encuesta a los turistas

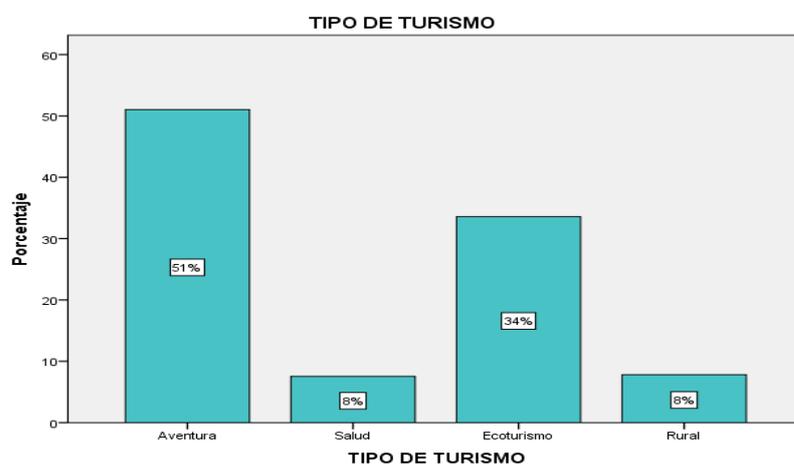


Gráfico 12. Tipo de Turismo:

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

La Tabla 12, nos enseña los resultados de la encuesta con el tipo de turismo que los encuestados desean y practican, siendo el 51% para aventuras, el 34% por vías eco turísticas, y siendo los más bajos en resultados, por salud y rural con un 8% y 7% respectivamente. Con esta estadística, podemos realizar paseos acordes al gusto de las personas, e impulsar el lugar a que lo visiten si hay este tipo variado de turismo.

TIPO DE ATRACTIVO

Tabla 13. Tipo de atractivo

		TIPO DE ATRACTIVO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cascadas	110	29	29	28.6
	Ríos	152	40	40	68.2
	Bosques	104	27	27	95.3
	Fiestas Culturales	18	5	5	100.0
	Total	384	100	100	

Fuente: Encuesta a los turistas

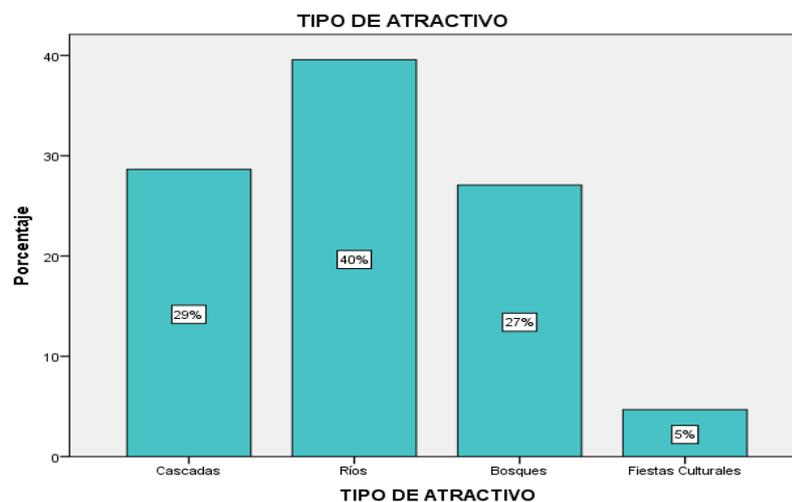


Gráfico 13. Tipo de Atractivo

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

Si observamos la Tabla 13, los encuestados respondieron al tipo de atractivo con un 40% su agrado por los lugares que tienen ríos como atractivos turísticos, en segundo lugar, con el 29% lugares que tengan cascadas, el 27% dijo lugares que tengan bosques y en último lugar con el 5% lugares de fiestas culturales. Como analizamos la tendencia más se relaciona a la naturaleza.

FACILIDADES TURÍSTICAS

Tabla 14. Facilidades Turísticas

FACILIDADES TURÍSTICAS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	104	27	27	27.1
	Totalmente de acuerdo	280	73	73	100.0
	Total	384	100	100	

Fuente: Encuesta a los turistas

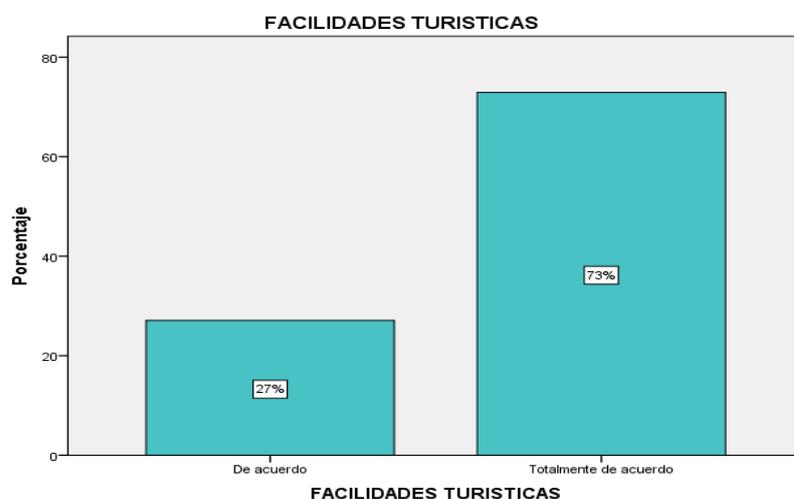


Gráfico 14. Facilidades Turísticas

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

Los resultados de la encuesta según la Tabla 14, nos muestra que los encuestados en el tema de facilidad turística, están totalmente de acuerdo siendo el 73%, y el 27% está de acuerdo a las facilidades turísticas, lo que facilita en las personas el impulso de querer regresar o visitar nuevos lugares.

SERVICIOS A IMPLEMENTAR

Tabla 15. Servicios a implementar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hospedaje	85	22	22	22.1
	Alimentación	110	29	29	50.8
	Transporte	141	37	37	87.5
	Guianza	48	13	13	100.0
	Total	384	100	100	

Fuente: Encuesta a los turistas

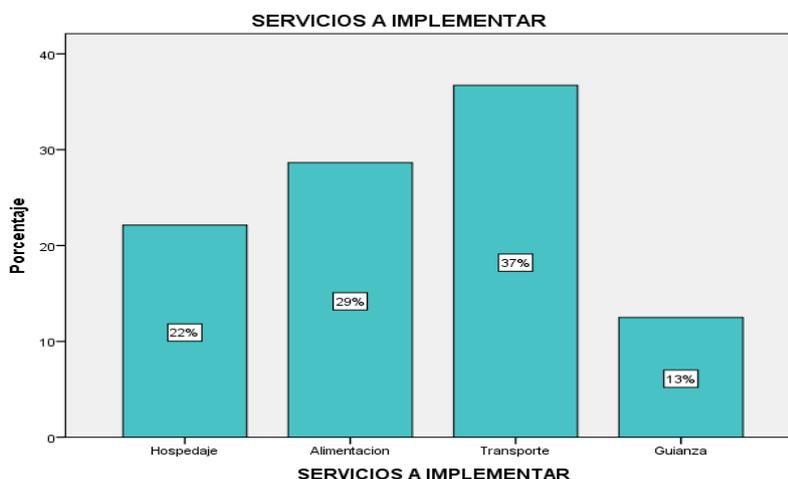


Gráfico 15. Servicios a implementar

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

Los encuestados, según la Tabla 15, respondieron que los servicios que les gustaría puedan ser implementados son: transporte con el 37%, alimentación 29%, hospedaje 22%, Guianza 13%. Estas respuestas de parte del turista, hacen notar que su interés por llegar a un lugar nuevo lo más importante es que haya el acceso del transporte para poder hacerlo con mayor facilidad, así mismo como tener el hospedaje para su descanso.

MEDIO DE PUBLIDICAD

Tabla 16. Medio de Publicidad

MEDIO DE PUBLIDICAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Televisión	93	24	24	24.2
	Internet	45	12	11	35.9
	Redes Sociales	246	64	64	100.0
	Total	384	100	100	

Fuente: Encuesta a los turistas

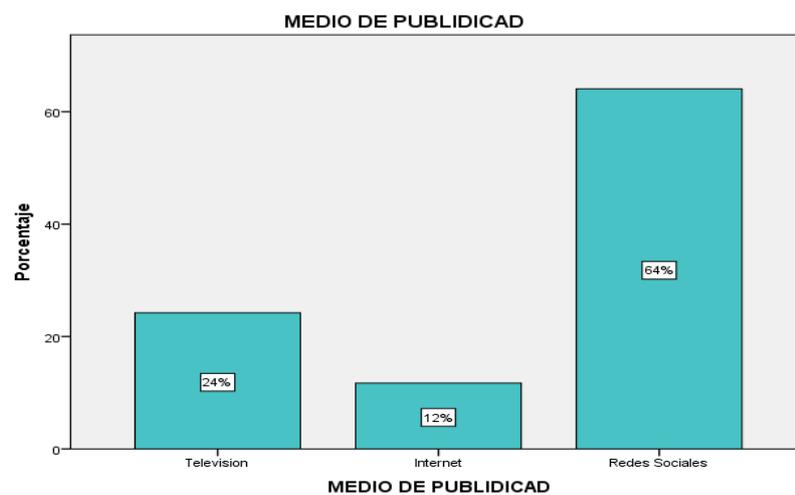


Gráfico 16. Medio de Publicidad

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

Como respuesta a la pregunta de medios de publicidad tenemos que los turistas prefieren con un 64% las redes sociales, con el 24% en televisión y el 12% por internet. La Tabla 12 estadísticamente da los resultados de la encuesta, donde se cree absolutamente oportuno siempre incluir publicidad turística primero todo lo que es por redes que siempre están al acceso de las personas para compartir, etiquetar y planear

NIVEL DE INGRESOS

Tabla 17. Nivel de Ingresos

		NIVEL DE INGRESOS			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$387-\$587	84	22	22	21.9
	\$588-\$788	75	20	20	41.4
	\$989-\$1,189	4	1	1	42.4
	5	221	58	58	100.0
	Total	384	100	100	

Fuente: Encuesta a los turistas

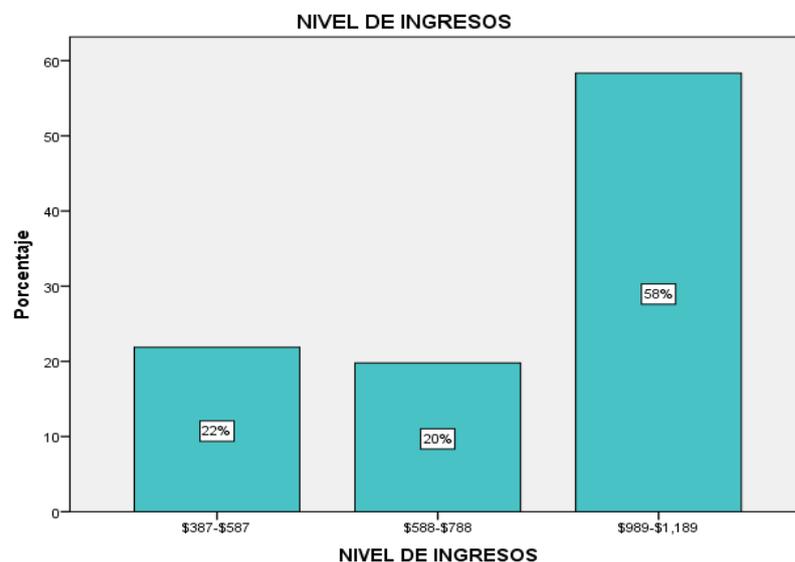


Gráfico 17. Nivel de Ingresos

Fuente: Encuesta a los turistas

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede observar que del 100% de turistas, el 58%, perciben ingresos entre \$989 y \$1,189, seguido del 22% que están entre \$387 y \$587, sin embargo el 20% manifiesta que su ingreso está entre \$588 y 788, lo cual se puede interpretar que la mayor parte de turistas según sus ingresos se pueden solventar todo gasto que requiera para efectuar una buena práctica turística.

4.2 Análisis, interpretación y discusión de resultados: Encuesta a los prestadores de servicios turísticos

EDAD

Tabla 18. Edad

		EDAD			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20-30	11	13	13	13.4
	31-40	30	37	37	50.0
	41-50	25	30	30	80.5
	51-60	14	17	17	97.6
	61 más	2	2	2	100.0
	Total	82	100	100	

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

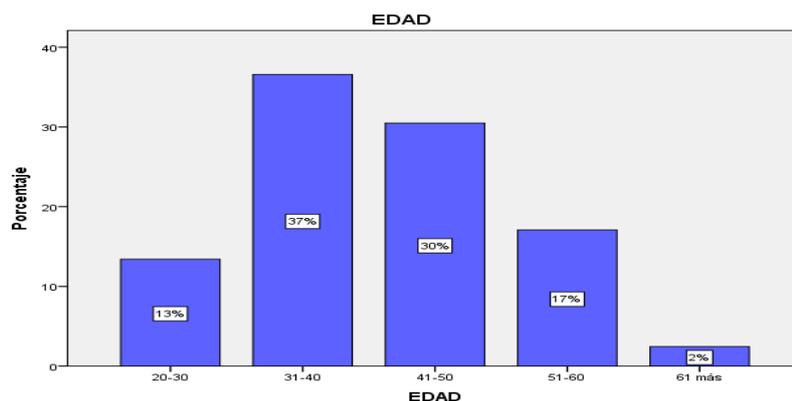


Gráfico 18. Edad

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

Análisis e interpretación:

31% de los prestadores de servicios turísticos tienen entre 31 y 40 años, el 30% de los encuestados tiene de 41 a 50 años de edad, 17% tiene entre 51 a 60%, 13% está en edad de 20 a 30 años y el 3% de 61 a más años en adelante. Según estos resultados vemos que hay prestadores de servicios turísticos en edad adulta madura que representa un grupo joven empresarial para aun abrirse muchas más ideas y cimentarlas.

GÉNERO

Tabla 19. Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	39	47.56	47.56	47.6
	Masculino	43	52.44	52.44	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

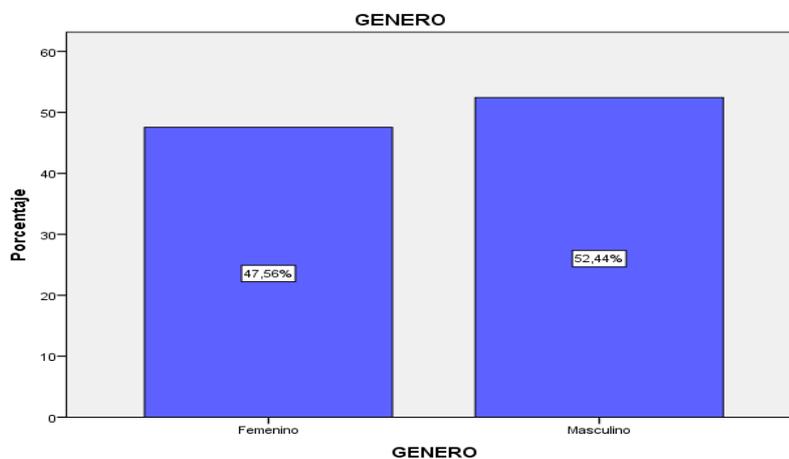


Gráfico 19. Género

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

Análisis e interpretación:

En cuanto al género de los encuestados el 52,44% son hombres y el 47,56% son mujeres. El género en los empresarios turísticos nos muestra que está por igual en género el que se tenga en consideración la actividad turística, no representa un obstáculo la igualdad.

NIVEL DE EDUCACIÓN

Tabla 20. Nivel de educación

		NIVEL DE EDUCACIÓN			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	15	18	18	18,3
	Secundaria	65	79	79	97,6
	Tercer nivel	2	2	2	100,0
	Total	82	100	100	

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

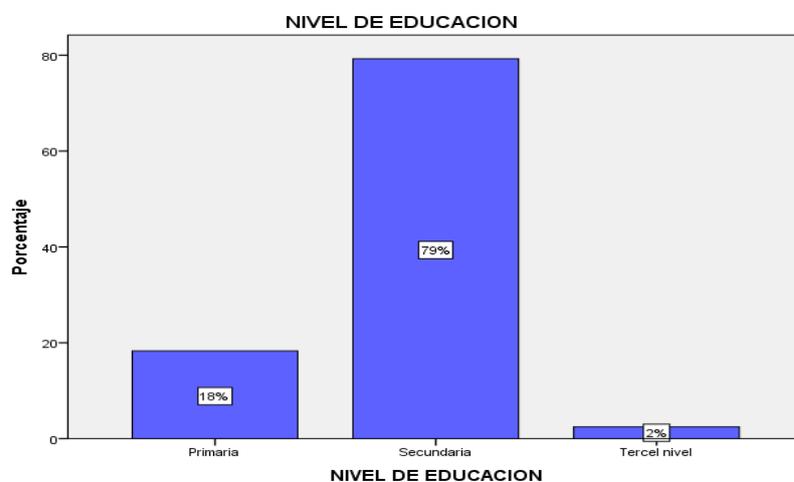


Gráfico 20. Nivel de educación

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

Análisis e interpretación:

En la Tabla 3 los encuestados manifestaron que el 79% tienen estudios de secundaria, el 18% ha recibido instrucción primaria y el 3% ha culminado estudios de tercer nivel. Con estos resultados asumimos que se ha apoderado del emprendimiento personas que no necesariamente son preparadas en estudios superiores, pero están muy relacionadas al crecimiento turístico y preparación continua para la expansión.

SERVICIO OFERTADO

Tabla 21. Servicio Ofertado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hospedaje	4	5	5	4.9
	Alimentación	77	94	94	98.8
	Guianza	1	1	1	100.0
	Total	82	100	100	

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

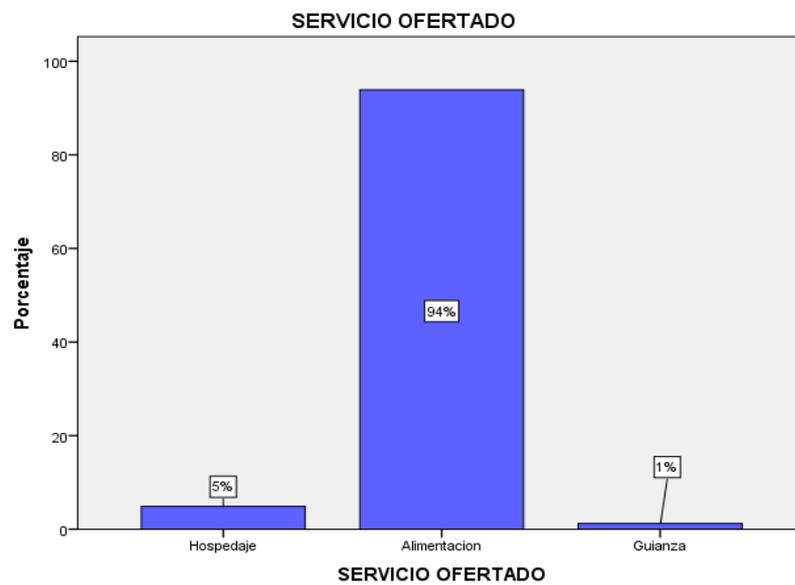


Gráfico 21. Servicio Ofertado

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

Análisis e interpretación:

La tabla 3 muestra los servicios que ofrecen estos empresarios en sus lugares turísticos, y según la encuesta el 94% lo principalmente ofertado es alimentación. Se podría ayudar a orientar a los empresarios que es mejor si existe un equilibrio de ofertas, pues éste puede ser un resultado saturado para la demanda del turista.

TEMPORADA ALTA

Tabla 22. Temporada alta

		TEMPORADA ALTA			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Feriados	47	57	57	57.3
	Fines de semana	21	26	26	82.9
	Vacaciones	14	17	17	100.0
	Total	82	100	100	

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

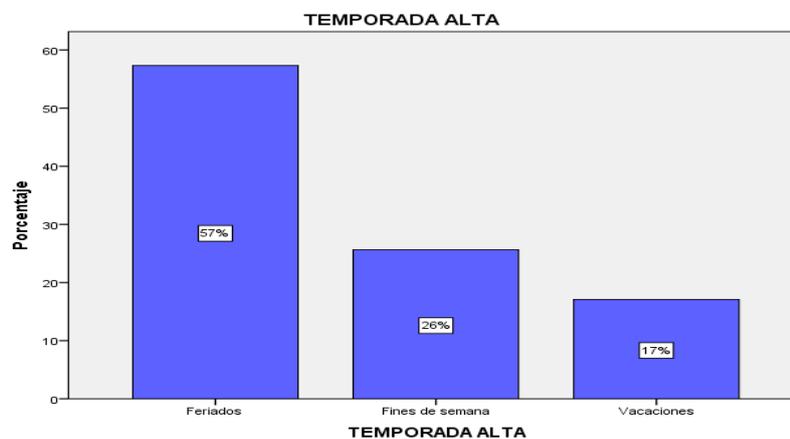


Gráfico 22. Temporada alta

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

Análisis e interpretación:

Según la manifestación de los encuestados las temporadas altas para su oferta turística es en días feriados, con el 57%, el 26% por otra parte manifiesta que son los fines de semana y el 17% asegura que son las vacaciones. Haciendo un análisis de la temporada, se podría ver las fortalezas y debilidades de aquellas que para otros son no tan altas y planificar estrategias que promuevan un flujo de turistas continuo.

IMPORTANCIA DE LA PUBLICIDAD

Tabla 23. Importancia de la publicidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De poca importancia	10	12	12	12.2
	Moderadamente importante	24	29	29	41.5
	Importante	29	35	35	76.8
	Muy importante	19	23	23	100.0
	Total	82	100	100	

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

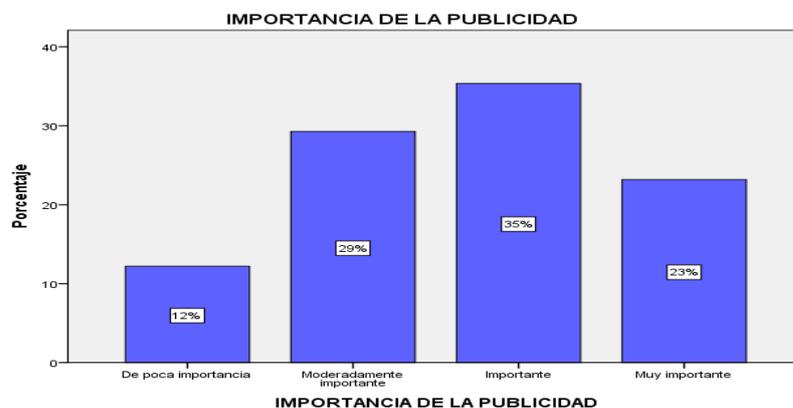


Gráfico 23. Importancia de la publicidad

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

Análisis e interpretación:

Según los encuestados en cuanto a la importancia de la publicidad el 35% cree que es importante, el 30% dice es moderadamente importante, el 23% cree que es muy importante y el 12% cree que es de poca importancia. Además de la publicidad muchos creen que son importantes otros puntos adicionales, pero el publicitar actualmente en diferentes medios llega a ser muchas veces un despegue de pensamientos arraigados a no invertir.

MEDIO DE PUBLICIDAD

Tabla 24. Medio de publicidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Radio	49	60	60	59.8
	Internet(Redes Sociales)	4	5	5	64.6
	Periódico	28	34	34	98.8
	No realiza publicidad	1	1	1	100.0
	Total	82	100	100	

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

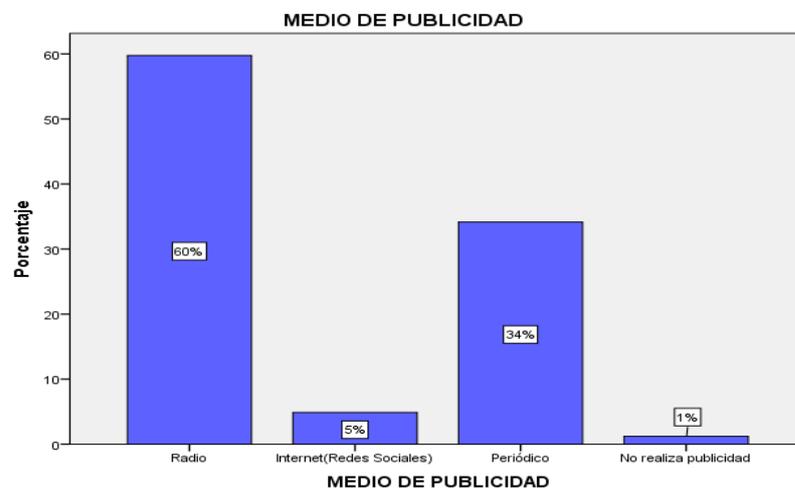


Gráfico 24. Medio de Publicidad

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

Análisis e interpretación:

La encuesta dio como resultado que el 60% de los prestadores de servicios turísticos toman más oportuno utilizar publicidad por radio, el 34% cree que es mejor en los periódicos, el 5% cree que la publicidad se puede regir a las redes sociales e internet y el 1% no quiere realizar publicidad. Pese a que la afluencia de turistas no depende en absoluto de la publicidad si es un medio importante, para el cual también es necesario actualizarse en base a los medios tecnológicos.

FORMA DE VENTA

Tabla 25. Forma de venta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin Importancia	7	9	9	8.5
	De poca importancia	37	45	45	53.7
	Moderadamente importante	38	46	46	100.0
	Total	82	100	100	

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

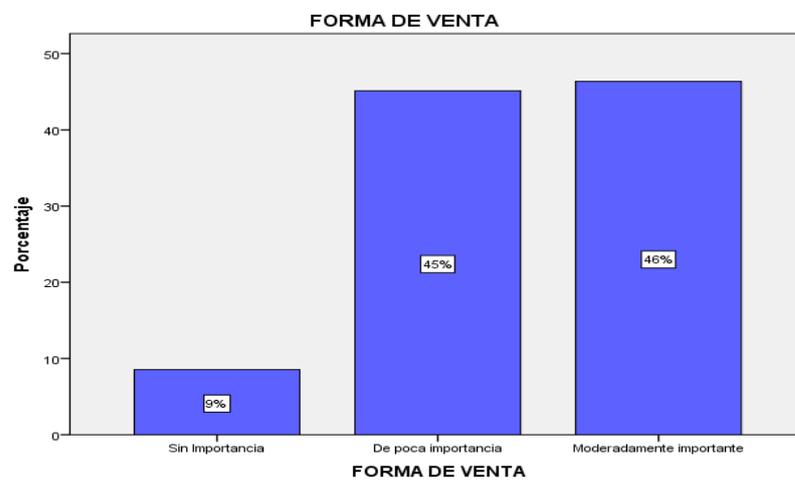


Gráfico 25. Forma de venta

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

Análisis e interpretación:

En cuanto a la forma de venta manifiestan, en un 46% que consideran moderadamente importante, el 45% de poca importancia y el 9% sin importancia. El marketing siempre es fundamental en cualquier tipo de servicio, probablemente el que no esté actualizados con publicidad tecnológica u otros hace que resten importancia a este punto.

IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA

Tabla 26. Importancia del turismo en la mejora de la calidad de vida

IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Importante	33	40	40	40.2
	Muy importante	49	60	60	100.0
	Total	82	100	100	

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

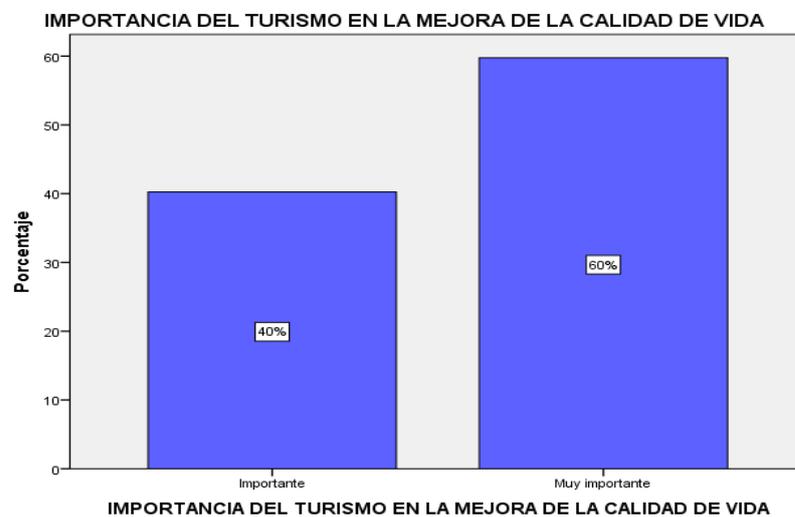


Gráfico 26. Importancia del turismo en la mejora de la calidad de vida

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

Análisis e interpretación:

Según los resultados de la encuesta podemos observar que el 60% de los encuestados considera muy importante el turismo en la mejora de la calidad de vida, mientras que el 40% considera importante. Como persona emprendedora de un servicio turístico, el objetivo de considerar mejorar su estilo de vida debe visualizarse siempre para tomar decisiones que impulsen la mejora diaria de su servicio y éste no se estanque y tener fuerza competitiva.

SATISFACCIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS

Tabla 27. Satisfacción de servicios básicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco satisfecho	40	49	49	48.8
	Moderadamente satisfecho	42	51	51	100.0
	Total	82	100	100	

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos



Gráfico 27. Satisfacción de servicios básicos

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

Análisis e interpretación:

Del número total de encuestados el 51% opinó que ésta moderadamente satisfecho con los servicios básicos, y el 49% está poco satisfecho con los servicios básicos. El descontento pone en evidencia la falta de compromiso municipal para otorgar servicios básicos eficientes. Esto también afecta el comercio de muchos establecimientos turísticos, para su desempeño diario como para la comodidad del turista.

MOTIVOS DE VISITA DEL TURISTA

Tabla 28. Motivos de visita del turista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Salud	8	10	10	9.8
	Aventura	23	28	28	37.8
	Cultural	44	54	54	91.5
	Gastronómico	7	9	9	100.0
	Total	82	100	100	

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

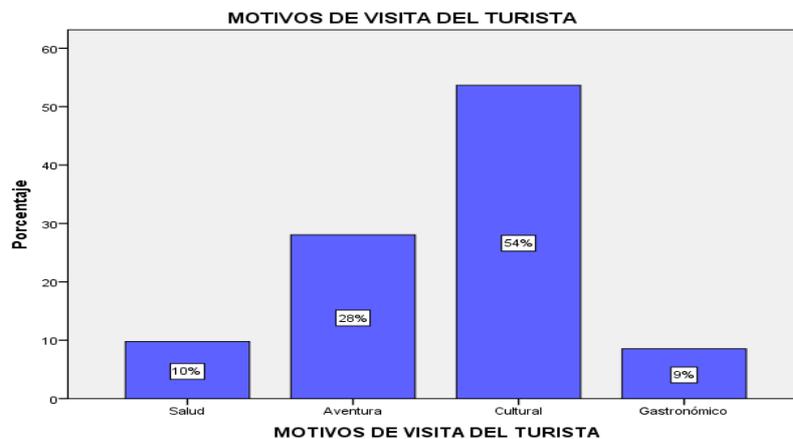


Gráfico 28. Motivos de visita del turista

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

Análisis e interpretación:

Según los prestadores de servicios turísticos el motivo de visita con el 54% es por motivo cultural, el 28% considera que es por aventura, el 10% por salud, y el 9% por motivo de la gastronomía del lugar. Identificando éstos puntos el proveedor de servicio se debe enfocar a dar la mejor de las estadías y captar turistas con la mejora de los sectores aledaños.

PRÁCTICAS AMBIENTALES

Tabla 29. Prácticas ambientales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De poca importancia	8	10	10	9.8
	Moderadamente importante	19	23	23	32.9
	Importante	34	41	41	74.4
	Muy importante	21	26	26	100.0
	Total	82	100	100	

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

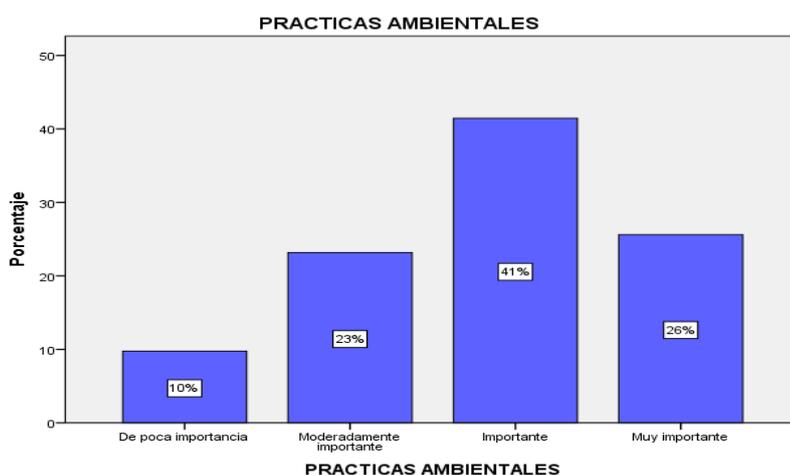


Gráfico 49. Prácticas ambientales

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

Análisis e interpretación:

Según los encuestados el 41% considera importante las prácticas ambientales, en cambio el 26% considera muy importante, el 23% considera moderadamente importante y el 10% considera poco importante. Las prácticas ambientales deben ser fundamentadas en todo el criterio empresarial para ser sustentable y consciente del medio ambiente en que se desarrolla, así nos volvemos equilibrados en lo que recibimos y damos.

MEJORA DE LA CALIDAD AMBIENTAL

Tabla 30. Mejora de la calidad ambiental

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	31	38	38	37.8
	De acuerdo	45	55	55	92.7
	Totalmente de acuerdo	6	7	7	100.0
	Total	82	100	100	

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

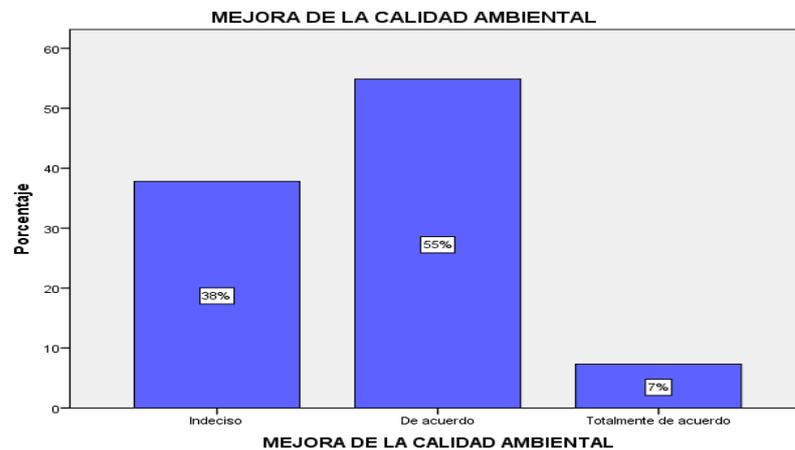


Gráfico 30. Mejora de la calidad ambiental

Fuente: Encuesta prestadores de servicios turísticos

Análisis e interpretación:

En referencia a la encuesta tenemos como resultado que el 55% está de acuerdo con la mejora de la calidad ambiental, el 38%. Probablemente el desconocimiento de la importancia del compromiso ambiental por falta de estudio y capacitación no pone un compromiso para mejorar la calidad ambiental.

ANEXO 5. FORMATOS DE ENCUESTAS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Instrumento de encuesta dirigida a Turistas potenciales de la Parroquia Alluriquín.

Datos Informativos

Formulario N°: _____ Fecha: _____

Provincia: Santo Domingo de los Tsáchilas Cantón: Santo Domingo Parroquia:
Alluriquín.

Encuestador: Caridad Armijos

Objetivo

Recabar información para realizar la investigación sobre Potencial y Desarrollo Turístico en la parroquia Alluriquín, como un requisito previo la obtención del título de Ingeniera en Gestión Turística y Hotelera.

Confidencialidad

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

Instrucciones: Por favor responda y marque con una X la respuesta que usted considere adecuada. La seriedad de la información que usted proporcione permitirá una investigación efectiva.

Información General.

1. Edad :

AÑOS	
16-19	
20-30	
31-40	
41-50	
51-60	
61 más	

2. Género

Masculino	
Femenino	

3. ¿Cuál es su nivel de educación?

Primaria	
Secundaria	
Tercer Nivel	
Postgrado	

4. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

Nacional		Extranjero	
Sierra		América	
Costa		Europa	
Oriente		Asia	
Región Insular		África	
		Oceanía	

5. ¿Cuál es su estado civil?

Soltero	
Casado	
Divorciado	
Viudo	
Unión libre	

6. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?

\$186-\$386	
\$387-\$587	
\$588-\$788	
\$989-\$1,189	

Información Específica

7. Cuándo viaja, usted generalmente lo hace:

Con amigos	
Con la familia	
Solo	
En pareja	

8. ¿Conoce usted la Parroquia Alluriquín? Si su respuesta es negativa pase a la siguiente pregunta, si su respuesta es positiva continúe a la pregunta 9.

Si	No

9. ¿Le gustaría conocer la Parroquia Alluriquín? Continúe a la pregunta 10.

Si	No

10. ¿Cuál es su grado de satisfacción después de haber visitado Alluriquín?

No satisfecho	Poco satisfecho	Moderadamente satisfecho	Muy satisfecho	Extremadamente satisfecho

11. ¿Conoce usted los atractivos naturales y culturales de la Parroquia Alluriquín? Si su respuesta es positiva pase a la siguiente pregunta, si su respuesta es negativa continúe a la pregunta 12.

Si	No

12. ¿Qué medio utilizo para informarse de la Parroquia y sus atractivos Alluriquín?

Redes Sociales	
Revistas turísticas	
Periódicos	
Televisión	
Radio	

13. Califique, qué tipo de turismo es su preferido para realizar, siendo 5(Interés alto) ,1 (No le interesa).

Calificación	5	4	3	2	1
Aventura					
Cultural					
Salud					
Ecoturismo					
Rural					
Gastronómico					

14. Califique, qué tipo de atractivo llama más su atención para visitar, siendo 5(Interés alto) ,1 (No le interesa).

Calificación	5	4	3	2	1
Cascadas					
Ríos					
Bosques					
Fiestas Culturales					
Agroturismo					

15. ¿Considera usted que la parroquia debería contar con los servicios necesarios para los turistas como: Infraestructura, transporte, restaurantes, centros de información, señalética?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

16. Qué tipo que servicios le gustaría que se ofrezcan en la localidad, siendo 5(Interés alto) ,1 (No le interesa).

Calificación	5	4	3	2	1
Hospedaje					
Alimentación					
Transporte					
Guianza					

17. ¿Cuál es el medio de comunicación del que frecuentemente recibe más publicidad turística?

Radio	
Televisión	
Internet	
Prensa	
Redes Sociales(Instagram, Facebook)	

SUGERENCIAS:

.....

Muchas gracias por su colaboración



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

**Instrumento de encuesta dirigida a Prestadores de servicios turísticos de la
Parroquia Alluriquín.**

Datos Informativos

Formulario N°: _____ **Fecha:** _____

Provincia: Santo Domingo de los Tsáchilas **Cantón:** Santo Domingo **Parroquia:**
Alluriquín.

Encuestador: Caridad Armijos

Objetivo

Recabar información para realizar la investigación sobre Desarrollo y Potencial Turístico en la parroquia Alluriquín, como un requisito previo la obtención del título de Ingeniera en Gestión Turística y Hotelera.

Confidencialidad

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

Instrucciones: Por favor responda y marque con una X la respuesta que usted considere adecuada. La seriedad de la información que usted proporcione permitirá una investigación efectiva.

Información General.

1. Edad

AÑOS	
20-30	
31-40	
41-50	
51-60	
61 más	

2. Género

Masculino	
Femenino	

3. ¿Cuál es su nivel de educación?

Primaria	
Secundaria	
Tercer nivel	
Postgrado	

Información Específica

4. ¿Cuál es el tipo de servicio que ofrece?

Hospedaje	
Alimentación	
Transporte	
Guianza	

5. ¿Cuál es la temporada en donde recibe mayor número de turistas en su establecimiento?

Feriados	
Fines de semana	
Vacaciones(Escuelas,colegios,universidades)	
Días Laborales	

6. ¿Cree usted importante realizar publicidad de su establecimiento?

Sin Importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	Importante	Muy importante

7. ¿Cuál es el medio por el que hace publicidad de sus servicios?

Radio	
Televisión	
Internet	
Periódico	
Redes Sociales	
No realiza publicidad	

8. ¿Cree usted importante utilizar una forma para vender sus servicios?

Sin Importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	Importante	Muy importante

9. Califique, el grado de importancia del turismo en la formación de nuevos empleos en la población local y el desarrollo de la calidad de vida, siendo 5(Muy Importante) ,1(Sin importancia).

Calificación	5	4	3	2	1
Importancia					

10. ¿Cuál cree usted que es el principal motivo por el que los turistas visitan Alluriquín?

Salud	
Aventura	
Cultural	
Gastronómico	

11. ¿Cuál es su grado de satisfacción en cuanto a los servicios básicos de la parroquia?

No satisfecho	Poco satisfecho	Moderadamente satisfecho	Muy satisfecho	Extremadamente satisfecho

12. Califique, que grado de importancia tiene para Usted realizar buenas prácticas ambientales, siendo 5(Muy importante) ,1(Sin Importancia).

Calificación	5	4	3	2	1
Importancia					

13. ¿Está usted de acuerdo en realizar buenas prácticas ambientales en su establecimiento, para aportar a la mejora de la calidad ambiental de la parroquia?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

SUGERENCIAS:

.....

Muchas gracias por su colaboración.