



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

Título

“Emprendimiento y Oferta Turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo,
provincia de Tungurahua”

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en Turismo

Autora:

Rujel Punguil Jahaira Katheryne

Tutor:

Dr. José Medardo Álvarez Román, PhD.

Riobamba, Ecuador. 2023

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Jahaira Katheryne Rujel Punguil, con cédula de ciudadanía 180530566-9, autor (a) del trabajo de investigación titulado: “Emprendimiento y oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua”, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

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

En Riobamba, a la fecha de su presentación.



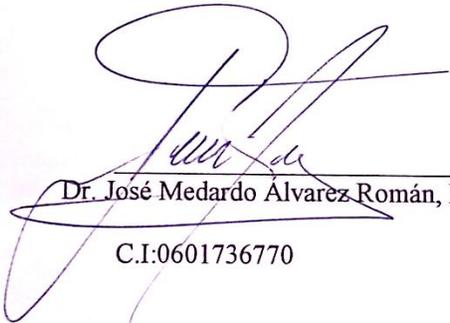
Jahaira Katheryne Rujel Punguil

C.I: 180530566-9

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Dr. José Medardo Álvarez Román, PhD. catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación: titulado: “Emprendimiento y Oferta Turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua”, bajo la autoría de Jahaira Katheryne Rujel Punguil; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

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



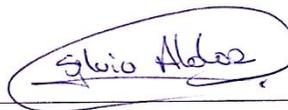
Dr. José Medardo Álvarez Román, PhD.
C.I:0601736770

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “Emprendimiento y Oferta Turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua” por Jahaira Katheryne Rujel Punguil, con cédula de identidad número 180530566-9, bajo la tutoría de Dr. José Medardo Álvarez Román, PhD.; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a la fecha de su presentación.

PhD. Silvia Aldaz Hernández
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



MgS. Margoth Cali Pereira
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



PhD. Luis Quevedo Báez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

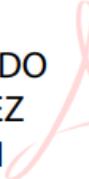


CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Que, **JAHAIRA KATHERYNE RUJEL PUNGUIL** con CC: **180530566-9**, estudiante de la Carrera **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**EMPRENDIMIENTO Y OFERTA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA PELILEO GRANDE, CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA**", cumple con el 3 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 01 de mayo de 2023

**JOSE
MEDARDO
ALVAREZ
ROMAN**



Firmado digitalmente por
JOSE MEDARDO
ALVAREZ ROMAN
Fecha: 2023.05.01
19:11:22 -05'00'

Dr. José Medardo Álvarez Román, PhD.
TUTOR(A)

DEDICATORIA

A mis padres, Víctor Rujel y Laura Punguil. A mi hermano, Bryan Rujel. A mi abuelita quien ha sido el motor para salir adelante. A M quien me ha apoyado en este proceso. A mis amigos incondicionales y compañeros que siempre apoyaron mi labor académica y a mis docentes que siempre aportaron conocimientos y consejos.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, Víctor Rujel y Laura Punguil, mis tíos por su gran apoyo y a mis compañeras, amigos que me apoyaron con consejos, y en especial a mi tutor Dr. José Álvarez Román por su guía.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

| | |
|---------------------------------------------|-----------|
| CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN..... | 20 |
| 1.1 Planteamiento del problema | 22 |
| 2.1.1 General | 23 |
| 2.1.2 Específico | 23 |
| 2.2 Justificación..... | 23 |
| 2.2.1 Justificación Teórica | 23 |
| 2.2.2 Justificación Práctica | 24 |
| 2.2.3 Justificación Metodológica | 24 |
| 2.2.4 Justificación Epistemológica | 25 |
| 2.3 Objetivos | 25 |
| 2.3.1 General | 25 |
| 2.3.2 Específicos | 25 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.4 Hipótesis | 26 |
| 2.4.1 General | 26 |
| 2.4.2 Específicos | 26 |
| CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO. | 27 |
| 2.1 Antecedentes de la investigación | 27 |
| 2.2 Marco filosófico o epistemológico de la investigación | 29 |
| 2.2.1 Epistemología emprendimiento turístico | 29 |
| 2.2.2 Epistemología oferta turística..... | 30 |
| 2.3 Estado del Arte | 30 |
| 2.3.1 Variable independiente emprendimiento | 30 |
| 2.3.2 Variable dependiente oferta turística | 31 |
| 2.4 Bases Teóricas | 31 |
| 2.4.1 Actividad emprendedora | 31 |
| 2.4.2 Servicios turísticos..... | 32 |
| 2.4.3 Atractivo turístico | 32 |
| 2.4.4 Infraestructura turística | 32 |
| 2.4.5 Recurso Turístico..... | 33 |
| 2.4.6 Calidad | 33 |
| 2.4.7 Planificación Turística | 33 |
| 2.4.8 Producto turístico..... | 34 |
| CAPÍTULO III. METODOLOGÍA. | 35 |
| 3.1 Enfoque de la investigación | 35 |
| 3.2 Tipo y diseño de investigación | 35 |
| 3.2.1 Tipo de investigación..... | 35 |
| 3.2.2 Diseño de investigación | 36 |

| | | |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.3 | Nivel o alcance de la investigación..... | 37 |
| 3.4 | Población y muestra..... | 37 |
| 3.4.1 | Población..... | 37 |
| 3.4.2 | Unidad de análisis..... | 38 |
| 3.4.3 | Muestra..... | 38 |
| 3.5 | Matriz de operacionalización de variables..... | 40 |
| 3.6 | Matriz de consistencia | 41 |
| 3.7 | Técnicas e instrumentos de la investigación..... | 43 |
| 3.7.1 | Técnica: Encuesta..... | 43 |
| 3.7.2 | Instrumento: Cuestionario | 44 |
| 3.8 | Validez y confiabilidad de los instrumentos..... | 44 |
| 3.8.1 | Selección de los expertos | 44 |
| 3.9 | Resultado en base a la evaluación de expertos para aplicación de encuestas | 45 |
| 3.10 | Evaluación de la confidencialidad de las encuestas | 45 |
| CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | | 47 |
| 4.1 | Análisis, interpretación y discusión de resultados | 47 |
| 4.1.1 | Encuesta aplicada a los emprendedores de la parroquia Pelileo Grande | 47 |
| 4.1.2 | Encuesta aplicada a los turistas que visitan la parroquia | 54 |
| 4.2 | Prueba de hipótesis | 60 |
| 4.2.1 | Hipótesis general | 60 |
| 4.2.2 | Hipótesis específica | 61 |
| CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | | 66 |
| 5.1 | Conclusiones..... | 66 |
| 5.2 | Recomendaciones | 67 |
| CAPÍTULO VI. PROPUESTA..... | | 69 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| BIBLIOGRAFÍA | 82 |
| ANEXOS | 85 |
| 7.1 Anexo 1. Árbol de problemas | 85 |
| 7.2 Anexo 2. Formato encuesta variable independiente: Emprendimiento | 86 |
| 7.3 Anexo 3. Formato encuesta variable dependiente: oferta turística..... | 89 |
| 7.4 Anexo 4. Tabulación de variable independiente: Emprendimiento | 93 |
| 7.5 Anexo 5. Tabulación de la variable dependiente: “Oferta Turística” | 116 |
| 7.6 Anexo 6. Aprobación de Propuesta por el GAD del cantón Pelileo | 146 |

ÍNDICE DE TABLAS.

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 1 Emprendedores..... | 39 |
| Tabla 2 Operacionalización de variables..... | 40 |
| Tabla 3 Matriz de consistencia | 41 |
| Tabla 4 Validación de encuestas por expertos..... | 45 |
| Tabla 5 Estadístico de fiabilidad..... | 46 |
| Tabla 6 Análisis e interpretación de la encuesta a los emprendedores | 50 |
| Tabla 7 Análisis e interpretación encuesta aplicada a turistas..... | 56 |
| Tabla 8 Prueba de hipótesis General..... | 61 |
| Tabla 9 Emprendedor y oferta turística..... | 62 |
| Tabla 10 Entorno turístico y oferta turística..... | 63 |
| Tabla 11 Actividad emprendedora y oferta | 64 |
| Tabla 12 Planificación turística y oferta | 65 |
| Tabla 13 Ficha de la guía | 75 |
| Tabla 14 Edad de los emprendedores..... | 93 |
| Tabla 15 Genero de los emprendedores | 94 |
| Tabla 16 Nivel de educación | 95 |
| Tabla 17 Experiencia en planes de negocio | 96 |
| Tabla 18 Liderazgo | 97 |
| Tabla 19 Toma de iniciativa al emprender | 98 |
| Tabla 20 Nivel de eficiencia | 99 |
| Tabla 21 Capacitación personal..... | 100 |
| Tabla 22 Innovación..... | 101 |
| Tabla 23 Nivel de creatividad..... | 102 |
| Tabla 24 Nivel de seguridad..... | 103 |
| Tabla 25 Calidad de servicios básicos | 104 |
| Tabla 26 Nivel de satisfacción..... | 105 |
| Tabla 27 Preferencia de los clientes..... | 106 |
| Tabla 28 Impacto del emprendimiento | 107 |
| Tabla 29 Acceso a estadísticas de turismo | 108 |
| Tabla 30 Capacitaciones..... | 109 |

| | | |
|-----------------|----------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 31 | Motivación para emprender | 110 |
| Tabla 32 | Creación de emprendimientos..... | 111 |
| Tabla 33 | Emprendimientos que se puede crear | 111 |
| Tabla 34 | Emprendedores capacitados | 112 |
| Tabla 35 | Oferta de servicios en el emprendimiento | 113 |
| Tabla 36 | Medios de comunicación | 114 |
| Tabla 37 | Edad de los turistas | 116 |
| Tabla 38 | Generó de los turistas | 117 |
| Tabla 39 | Nivel de educación | 118 |
| Tabla 40 | Procedencia | 119 |
| Tabla 41 | Nivel de calidad en la prestación de servicios | 120 |
| Tabla 42 | Innovación en la prestación de servicios | 121 |
| Tabla 43 | Servicio de alimentación..... | 122 |
| Tabla 44 | Servicio de transporte | 123 |
| Tabla 45 | Servicio de guianza..... | 124 |
| Tabla 46 | Servicio de alojamiento | 125 |
| Tabla 47 | Servicio de recreación..... | 126 |
| Tabla 48 | Estado de los atractivos naturales en el emprendimiento | 127 |
| Tabla 49 | Estado de los atractivos culturales en el emprendimiento | 128 |
| Tabla 50 | Facilidades turísticas..... | 129 |
| Tabla 51 | Calidad de facilidades turísticas en la parroquia..... | 130 |
| Tabla 52 | Servicios básicos que cuenta la parroquia | 131 |
| Tabla 53 | Vías de acceso que cuenta la parroquia | 132 |
| Tabla 54 | Accesibilidad..... | 133 |
| Tabla 55 | Recursos turísticos..... | 134 |
| Tabla 56 | Recursos culturales | 135 |
| Tabla 57 | Prácticas religiosas | 136 |
| Tabla 58 | Nivel de satisfacción de necesidades..... | 137 |
| Tabla 59 | Servicios prestados | 138 |
| Tabla 60 | El nivel de seguridad | 139 |
| Tabla 61 | Preferencias del turista..... | 140 |

| | |
|----------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 62 Servicios Turísticos prefiere | 141 |
| Tabla 63 Pago por servicios..... | 142 |
| Tabla 64 Duración de viaje..... | 143 |
| Tabla 65 Medios de comunicación se informan | 144 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 1 Liderazgo..... | 47 |
| Figura 2 La toma de iniciativa para emprende | 48 |
| Figura 3 Nivel de eficiencia al emprender | 49 |
| Figura 4 Nivel de satisfacción que presentan los turistas al visitar su emprendimiento | 50 |
| Figura 5 Procedencia del turista | 54 |
| Figura 6 Nivel de calidad en la prestación de servicios..... | 55 |
| Figura 7 Prácticas religiosas..... | 56 |
| Figura 8 Opciones de emprendimiento en Turismo | 76 |
| Figura 9 Naturaleza de la empresa..... | 77 |
| Figura 10 Obligaciones del empresario | 77 |
| Figura 11 Obligaciones del empresario con personal bajo relación de dependencia | 78 |
| Figura 12 Habilitantes para el funcionamiento: Municipales | 79 |
| Figura 13 Habilitantes para el funcionamiento: turísticos y ambientales | 80 |
| Figura 14 Línea de apoyo al emprendedor..... | 81 |
| Figura 15 Árbol de problemas | 85 |
| Figura 16 Edad de los emprendedores | 93 |
| Figura 17 Genero de los emprendedores..... | 94 |
| Figura 18 Nivel de educación..... | 95 |
| Figura 19 Experiencia en planes de negocio | 96 |
| Figura 20 Liderazgo..... | 97 |
| Figura 21 Toma de iniciativa al emprender | 98 |
| Figura 22 Nivel de eficiencia | 99 |
| Figura 23 Capacitación personal | 100 |
| Figura 24 Innovación | 101 |
| Figura 25 Nivel de creatividad | 102 |
| Figura 26 Nivel de seguridad | 103 |
| Figura 27 Calidad de servicios básicos | 104 |
| Figura 28 Nivel de satisfacción | 105 |
| Figura 29 Preferencia de los clientes | 106 |
| Figura 30 Impacto del emprendimiento | 107 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 31 Acceso a estadísticas de turismo | 108 |
| Figura 32 Capacitaciones | 109 |
| Figura 33 Motivación para emprender..... | 110 |
| Figura 34 Creación de emprendimientos | 111 |
| Figura 35 Emprendimientos que se puede crear..... | 112 |
| Figura 36 Emprendedores capacitados | 113 |
| Figura 37 Oferta de servicios en el emprendimiento | 114 |
| Figura 38 Medios de comunicación..... | 115 |
| Figura 39 Edad de los turistas | 117 |
| Figura 40 Género de los turistas | 118 |
| Figura 41 Nivel de educación..... | 119 |
| Figura 42 Procedencia..... | 120 |
| Figura 43 Nivel de calidad en la prestación de servicios | 121 |
| Figura 44 Innovación en la prestación de servicios..... | 122 |
| Figura 45 Servicio de alimentación | 123 |
| Figura 46 Servicio de transporte..... | 124 |
| Figura 47 Servicio de guianza | 125 |
| Figura 48 Servicio de alojamiento | 126 |
| Figura 49 Servicio de recreación | 127 |
| Figura 50 Estado de los atractivos naturales en el emprendimiento..... | 128 |
| Figura 51 Estado de los atractivos culturales en el emprendimiento..... | 129 |
| Figura 52 Facilidades turísticas | 130 |
| Figura 53 Calidad de facilidades turísticas en la parroquia | 131 |
| Figura 54 Servicios básicos que cuenta la parroquia..... | 132 |
| Figura 55 Vías de acceso que cuenta la parroquia..... | 133 |
| Figura 56 Accesibilidad | 134 |
| Figura 57 Recursos turísticos | 135 |
| Figura 58 Recursos culturales | 136 |
| Figura 59 Prácticas religiosas..... | 137 |
| Figura 60 Nivel de satisfacción de necesidades | 138 |
| Figura 61 Servicios prestados..... | 139 |

| | |
|----------------------------------------------------------|-----|
| Figura 62 El nivel de seguridad..... | 140 |
| Figura 63 Preferencias del turista | 141 |
| Figura 64 Servicios Turísticos prefiere | 142 |
| Figura 65 Pago por servicios | 143 |
| Figura 66 Duración de viaje | 144 |
| Figura 67 Medios de comunicación se informan..... | 145 |

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es evaluar la relación entre el emprendimiento y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, ubicada en el cantón Pelileo de la provincia de Tungurahua. Se trata de una investigación de tipo correlacional no experimental con un diseño de estudio transversal que combina técnicas de análisis cualitativo y descriptivo. Para llevar a cabo el diagnóstico situacional del emprendimiento turístico, se utilizan fuentes secundarias y se realiza una evaluación insitu. Se aplicaron encuestas a 16 representantes de los establecimientos que ofrecen servicios, así como a 246 turistas que visitan la parroquia. Las entrevistas permitieron recopilar información sobre diversas características, como el motivo para emprender, la calidad de los servicios, la accesibilidad y la oferta turística. Se encontró que el 48,25% de los encuestados calificó los servicios ofrecidos como "muy buenos". Se concluyó que no existe una relación significativa entre el emprendimiento y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande.

Palabras claves: Emprendimiento, oferta turística, servicios, emprendedor

ABSTRACT

The objective of this research is to evaluate the relationship between entrepreneurship and the tourist offer in Pelileo Grande town, located in the Pelileo canton in Tungurahua province. This is a non-experimental correlational type of research with a cross-sectional study design that combines qualitative and descriptive analysis techniques. To carry out the situational diagnosis of the touristic entrepreneurship, secondary sources are used, and an in-situ evaluation is carried out. Surveys were applied to 16 representatives of the establishments that offer services, as well as to 246 tourists who visit the town. The interviews made it possible to collect information on some characteristics: the reason of the start-up, the quality of services, accessibility, and the touristic offer. It was found that 48.25% of those surveyed rated the services offered as "very good". It was concluded that there is no significant relationship between the entrepreneurship and the tourist offer in the Pelileo Grande town.

Keywords: Entrepreneurship, tourism offer, services, entrepreneur.



Reviewed by:
Gabriela de la Cruz F. Msc
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 0603467929

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.

La presente investigación se enfoca en el emprendimiento y la oferta turística en la Parroquia de Pelileo Grande, tomando en cuenta el turismo, la cultura y la economía como fuentes dinamizadoras. El Ecuador, a pesar de depender en gran medida de la explotación de recursos naturales no renovables, cuenta con un gran potencial de desarrollo debido a su riqueza natural y diversidad. Como país emprendedor, tiene un gran potencial de creación de empresas innovadoras y competitivas.

Pelileo Grande es una parroquia urbana que cuenta con un número significativo de emprendimientos, los cuales ofrecen diversos servicios y productos para satisfacer las necesidades de los turistas. Estos emprendimientos generan un aumento en los ingresos económicos tanto para los prestadores de servicio como para la población en general.

Sin embargo, existe una problemática relacionada con la oferta turística en la parroquia, que se debe a la deficiente gestión de los emprendimientos turísticos, la falta de difusión de los atractivos turísticos y la débil calidad de los servicios turísticos, lo que se traduce en bajos ingresos económicos, bajo flujo turístico e insatisfacción de los turistas. Como resultado, Pelileo Grande se ha convertido en un lugar de paso.

La investigación busca solucionar esta problemática, lo que es de interés académico y personal, ya que permitirá apoyar investigaciones futuras y conocer si existe una relación entre las variables de estudio. La gestión de los emprendimientos turísticos implica la planificación, organización, dirección y control de cada una de las facetas que se desarrollan en el emprendimiento y en cada uno de los servicios o productos que se ofertan. La difusión de los atractivos turísticos es fundamental para llegar al turista y dar a conocer cada uno de ellos, ya sea de manera directa o indirecta.

En este sentido, como menciona la Alianza para Emprendimiento e Innovación del Ecuador AEI (2020), “la propensión a emprender y la percepción del emprendedor por parte de la sociedad están entre las más altas del mundo”, de tal manera que el emprendimiento se encuentra en lo más alto no solo a nivel nacional, también mundial.

Por otro lado, mediante la prueba de hipótesis, se plantea la siguiente interrogante ¿cómo se relaciona el emprendimiento con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?, por lo tanto, se identifica las necesidades de los emprendedores y las preferencias de los turistas, con el fin de impulsar el turismo local y mejorar los servicios para satisfacer las expectativas y necesidades de los visitantes.

En el primer capítulo se presenta el planteamiento del problema, el estado actual de las variables de estudio, el objetivo general, los objetivos específicos, la justificación y la hipótesis.

En el segundo capítulo se aborda el marco teórico, incluyendo los antecedentes, las bases teóricas, el marco epistemológico de la investigación y el estado del arte.

En el tercer capítulo se describe la metodología, incluyendo los tipos y diseños de investigación, la unidad de análisis, la población de estudio, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y el análisis de resultados.

El cuarto capítulo presenta los resultados y la discusión, donde se analizan, interpretan y discuten los resultados obtenidos a través de las técnicas e instrumentos utilizados para recolectar datos, así como las pruebas de hipótesis y la presentación de resultados.

Por último, el quinto capítulo incluye las conclusiones y recomendaciones, la bibliografía y los anexos que sirven como medios de verificación del proceso y desarrollo de la investigación.

1.1 Planteamiento del problema

La relación entre emprendimiento y oferta turística en la parroquia de Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua, es un tema de gran relevancia. En esta zona existe una importante oferta de restaurantes y servicios turísticos que se apoyan en los productos agrícolas locales. Sin embargo, se han detectado algunas limitaciones en cuanto al desarrollo de emprendimientos turísticos que puedan mejorar la oferta y atraer a un mayor número de turistas.

Se ha comprobado que la calidad de los servicios y la disponibilidad de instalaciones turísticas adecuadas son factores determinantes para el aumento del flujo turístico y la creación de nuevas oportunidades económicas para los pobladores locales. Por esta razón, es importante abordar este problema y brindar apoyo a los emprendedores de la zona para mejorar sus servicios y productos turísticos, y así contribuir al desarrollo económico y social de la parroquia y el cantón en general.

Esta investigación se enfocará en conocer las necesidades de los emprendedores y las preferencias de los turistas, a través de la prueba de hipótesis, con el objetivo de identificar oportunidades y áreas de mejora en la oferta turística de la parroquia. Los resultados obtenidos permitirán elaborar recomendaciones y estrategias para impulsar el turismo local y mejorar la calidad de vida de los pobladores.

2.1.1 General

¿Cómo se relaciona el emprendimiento con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?

2.1.2 Específico

- ¿Cómo se relacionan el emprendedor con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?
- ¿Cómo se relaciona el entorno turístico con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?
- ¿Cómo se relacionan la actividad emprendedora con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?
- ¿Cómo se relacionan la planificación turística con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua?

2.2 Justificación

2.2.1 Justificación Teórica

La investigación tiene como objetivo mejorar el conocimiento sobre la deficiente oferta turística en la parroquia Pelileo Grande. En este sentido, este documento sirve como una herramienta bibliográfica que proporciona información relevante sobre el tema y los resultados obtenidos de la investigación. Además, se ha sistematizado una propuesta que permitió mejorar la oferta turística en colaboración con los dueños de los establecimientos turísticos.

2.2.2 *Justificación Práctica*

En la investigación se ha observado un aumento de visitantes en la zona, lo que permitirá que los turistas tengan acceso a información adecuada sobre los puntos turísticos del área. Esto brindará oportunidades a los pobladores para generar emprendimientos viables y disminuir la pobreza en las zonas vulnerables. Además, se ha desarrollado una propuesta que contribuirán a mejorar la imagen de la oferta turística de la zona. En efecto, esta investigación tendrá un impacto positivo en el turismo de la zona, ya que motivará a los prestadores de servicios turísticos a promocionar sus productos, lo que dará una imagen propia al sector y lo ubicará como un destino importante para los turistas que buscan actividades de entretenimiento. Con la adecuada competitividad, la zona se posicionará como un destino turístico atractivo y reconocido.

2.2.3 *Justificación Metodológica*

En la investigación se utilizó una metodología que combinó diferentes enfoques, como el documental, el de campo y el cuantitativo, con un diseño transversal y no experimental. Se llevaron a cabo dos encuestas, utilizando la escala de Likert como instrumento para recopilar la información necesaria sobre las variables. Además, se utilizaron programas informáticos como Microsoft Excel y el programa estadístico IBM SPSS v26 para determinar la fiabilidad de los instrumentos de investigación y llevar a cabo la prueba de hipótesis. En resumen, se utilizó una metodología rigurosa y adecuada para la investigación, combinando diferentes técnicas y herramientas estadísticas para obtener resultados precisos y confiables.

2.2.4 *Justificación Epistemológica*

Al mejorar la oferta turística en la parroquia ha permitirá un aumento en el empleo y una mejora en los servicios y productos turísticos, de acuerdo con el sistema turístico establecido para el funcionamiento de los diferentes establecimientos turísticos. Con los datos obtenidos a través de la investigación, se puede garantizar un desarrollo equitativo para cada uno de los empleadores y una prestación de servicios de calidad para los turistas.

2.3 Objetivos

2.3.1 *General*

Determinar la relación que existe entre el emprendimiento y la oferta turística en la Parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

2.3.2 *Específicos*

- Establecer la relación del emprendedor con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.
- Establecer la relación del entorno turístico con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.
- Establecer la relación de la actividad emprendedora con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.
- Determinar la relación de la planificación turística con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

2.4 Hipótesis

2.4.1 General

HG: Existe una relación significativa entre el emprendimiento y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

2.4.2 Específicos

HE1: Existe una relación significativa entre el emprendedor y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

HE2: Existe una relación significativa entre el entorno turístico y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

HE3: Existe una relación significativa entre la actividad emprendedora y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

HE4: Existe una relación significativa entre la planificación turística y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

2.1 Antecedentes de la investigación

No existen investigaciones, lo que existen son fuentes secundarias, por lo que se puede evidenciar que hay limitados datos sobre el tema de estudio emprendimiento y oferta turística en la parroquia de Pelileo Grande, por consiguiente, se han tomado trabajos relacionados con el ámbito turístico como referencia para esta investigación.

En cuanto al inventario de atractivos turísticos de la Unidad de Turismo del cantón Pelileo, se especifican los principales atractivos, sus características y su jerarquización pertinente. Sin embargo, debido a la pandemia del Covid-19, se ha producido un cierre temporal de los establecimientos turísticos en la parroquia, lo que ha afectado negativamente la creación de nuevos establecimientos turísticos y, por lo tanto, la oferta turística en la zona. Este aspecto también se ha presentado a nivel cantonal, provincial, nacional y mundial, y es un desafío importante que enfrenta el sector turístico en todo el mundo.

La autora Agualongo (2019) plantea la investigación: “Productos turísticos y oferta del cantón Pelileo, provincia de Tungurahua” menciona que limitada oferta turística, al no estar debidamente direccionada ha limitado la generación de productos turísticos y también la oferta turística del cantón Pelileo presenta un diseño inadecuado que ha restringido la creación de nuevos productos turísticos (Pg. 7).

Según Albán (2019) en su investigación “Emprendimiento y oferta turística en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo” menciona en su trabajo, que en la ciudad de Riobamba existe un limitado emprendimiento en cuanto al desarrollo favorable de la oferta turística que influye directamente con la afluencia de turistas convirtiéndose en una ciudad

de paso, por cuanto no existen actividades que el turista pueda desarrollar en su permanencia (Pg. 13).

Para Toapanta & Vallejo (2019) en su investigación “diseño de una metodología para la implementación de emprendimientos sostenibles, desde la federación de barrios de Riobamba”, dice la gente tiene deseos de emprender, pero lo hacen de una forma muy empírica ya que no usan ningún tipo de herramienta con la cual fundamentarse para empezar esta acción, la gente en su mayoría solo analiza a quien va enfocado su emprendimiento y a veces rasgos realizan un presupuesto. Teniendo como resultado que la gente emprende con el fin de lograr una independencia económica, lo cual se considera que es un factor importante ya que se relacionan directamente en la economía local (Pg. 15).

Mediante el estudio realizado por Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2020), que incluye a todas las personas adultas que están en el proceso de iniciar un negocio o han iniciado uno que no ha sobrepasado del umbral de 42 meses. Específicamente, la Actividad Emprendedora Temprana ((TEA de ahora en adelante) se compone de dos tipos de emprendedores: emprendedores nacientes y nuevos. Los nacientes son las personas entre 18 y 64 años que están tomando acciones para la puesta en marcha de un negocio, o han empezado uno, pero aún no han pagado sueldos o salarios por más de tres meses. Los emprendedores nuevos son personas, también entre 18 y 64 años, que han pagado sueldos o salarios por más de tres meses, pero menos de 42. En 2019 Ecuador presentó una TEA de 36.2%, superior a la de 2017 que fue de 29.62%. Esto significa que, en Ecuador, alrededor de 3.6 millones de habitantes estuvieron involucrados en la puesta en marcha de un negocio. El aumento de la TEA se visualiza mejor a través de sus componentes: la tasa de emprendedores nacientes en 2019 fue 26.9% y la de negocios nuevos, 10.8%; mientras que estas tasas en 2017 fueron 21.2 y 9.8, respectivamente. Es decir, el cambio en 2019 se da

principalmente porque hay más personas tomando acciones para poner en marcha un negocio que aún no está en funcionamiento (Pg. 7).

La actividad turista, de acuerdo a su planificación y desarrollo, puede ayudar a los pueblos a salir de la pobreza y a construir mejores vidas. La actividad turística tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras. De esta forma dicha actividad incide en la generación del PIB, balanza de pagos y demás indicadores macroeconómicos de muchos países (Morillo, 2020, Pg. 136).

2.2 Marco filosófico o epistemológico de la investigación

2.2.1 Epistemología emprendimiento turístico

El emprendimiento tiene su origen en el inicio de la humanidad, ya que el hombre se caracteriza por asumir riesgos con el objetivo de generar oportunidades de crecimiento económico que le pueda brindar una mejor calidad de vida tanto a él propio, como a su familia.

Richard Cantillon en su obra “Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general” plantea por primera vez dentro del campo comercial, que emprender proviene del latín “Entrepreneur”, y que dentro de la economía, para el siglo XVIII, ya se conceptualiza como la acción que se realiza al momento de establecer una compra mediante la cual se adquiere medios de producción a precios regulables, y que los mismos pueden transformarse en nuevos productos para así poder venderlos en un mejor precio (Cantillon, 2015).

2.2.2 Epistemología oferta turística

Desde el punto de vista etimológico se puede determinar que oferta viene del latín *offerta* y *fero* que quieren decir las cosas que se llevan frente a uno se ofrecen; y del prefijo “ob” que tiene como significado movimiento o puesta al frente (Hellen, 2018, Pg. 8).

Para Corvo (2021) la oferta turística es aquella que está constituida por una agrupación de bienes, servicios, infraestructura y recursos, organizados de manera tal que permitan satisfacer la demanda de los visitantes. Los elementos deben estar engranados, para ofrecer al viajero una visión armónica del recurso que se desea promocionar (Pg. 20).

2.3 Estado del Arte

2.3.1 Variable independiente emprendimiento

“Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en la sociedad. Caso de estudio: empresas familiares en la parroquia de Mindo”, la investigación refleja el análisis del emprendimiento turístico en Ecuador, enfocado en la parroquia de Mindo, y su impacto en la sociedad actual en la que se desenvuelve, examinando la dinámica de los emprendimientos turísticos familiares. Se recopila información apegada a variables como: confianza individual, innovación, asunción de riesgo, toma de decisiones, creación de empresa, tipos de emprendimientos y relaciones entre clientes, proveedores y competidores que aportan con el análisis del mismo. Y como resultado se obtiene del estudio, se encontró que la innovación es un factor fundamental y un elemento que no se percibe en la dinámica turística de la parroquia; que la falta de análisis técnicos de riesgos no aporta con información pertinente para una toma de decisiones acertada (Polanco y otros, 2019, pág. 24).

2.3.2 *Variable dependiente oferta turística*

“Gestión y la oferta turística de la comunidad Guargualla Chico, Parroquia Cebadas”, se enfoca en la gestión y oferta turística, en la cual se realiza el análisis de la problemática existente en la comunidad que es la deficiencia de oferta turística. La problemática de la investigación es la mala gestión en el sector turístico lo que ha debilitado el crecimiento de la oferta, pese a los recursos culturales y naturales que posee la localidad, su demanda turística es limitada, además, la inadecuada planificación ha arrojado como resultado el limitado productos turísticos, otra de las causas es la débil organización y la deficiente dirección, y los mismos han provocan la deficiencia de los servicios turísticos, asimismo, deficiencia de la infraestructura turísticas han sido claves para el desfavorable desarrollo de la oferta turística (Morocho, 2021, Pg. 13).

Para De la Rosa (2021) en su trabajo de grado “Mallorca post-covid y su oferta turística”, esta investigación reflejar la situación en la que se encuentra la isla de Mallorca, perteneciente a las Islas Baleares, tras la pandemia declarada el pasado año 2020 por Covid-19, así como la oferta turística que posee la isla para poder hacer frente a dicho escenario. Se pondrá en valor la oferta cultural y patrimonial, gastronómica, deportiva, de sol y playa, tradiciones, etc., destacándose la importancia del turista de procedencia anglosajona para ese destino (Pg. 34).

2.4 Bases Teóricas

2.4.1 *Actividad emprendedora*

La actividad emprendedora, entendida como el proceso entre la concepción y la persistencia del negocio en un lapso de 42 meses y que involucra la aparición de nuevos negocios, productos y servicios es clave para establecer las dinámicas de crecimiento

económico de un territorio, mediante el incentivo del fenómeno del emprendimiento, ya sea urbano o rural (GEM, 2019, Pg. 15).

2.4.2 Servicios turísticos

Los Servicios Turísticos son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos (UECOTEC, 2018, Pg. 6).

El servicio turístico este es un conjunto de acciones que son completamente diferentes entre sí, íntimamente relacionados, trabajan armoniosamente y coordinan para actuar servicios proporcionados por una composición especial de economía social (Ramírez, 2017, pág.3).

2.4.3 Atractivo turístico

Valiosos resultados récord por sus características naturales, culturales y posibilidades operativas forman parte del patrimonio turístico. Es un elemento esencial en la gestión, planificación, ejecución y evaluación del turismo. En el territorio (MINTUR, 2018, pág. 125)

2.4.4 Infraestructura turística

La Infraestructura Turística se define como el conjunto de obras y servicios que permiten, el desarrollo socioeconómico de un país, y que el turismo utiliza, para impulsar su actividad. Entre estas se encuentran rutas de acceso (pueden ser terrestre, aérea, lacustre, marítima, redes viales, aeropuertos y terminales), comunicaciones (servicios de telefonía,

correo certificado, internet), equipamiento urbano (servicios de agua, alcantarillado, y energía eléctrica) (IDT, 2020).

Para Páez (2022) la infraestructura turística es el conjunto de instalaciones físicas y dotación de bienes y servicios de un país o región destinada a atender visitantes extranjeros (pág. 8).

2.4.5 *Recurso Turístico*

Los recursos turísticos son factores naturales o culturales que pueden motivar el movimiento, pero que aún no están integrados a la dinámica del turismo y no cuentan con ningún tipo de infraestructura de apoyo (MINTUR, 2018, pág. 31).

2.4.6 *Calidad*

Es el resultado de un proceso en el que, sobre la base de términos contractuales mutuamente acordados y factores subyacentes implícitos como la seguridad, sanidad, accesibilidad, comunicaciones, infraestructuras y equipamientos y servicios públicos. También trata aspectos relacionados con la ética, la transparencia y el respeto al medio humano, natural y cultural (UNWTO, 2019).

2.4.7 *Planificación Turística*

La planificación turística constituye un requerimiento esencial para el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza, por una parte, la correcta integración del turismo en la economía, sociedad, cultura y medio ambiente locales, y, por otra, la adecuada satisfacción de la demanda turística, elemento indispensable para la viabilidad económica de los proyectos turísticos en un mercado turístico de competencia creciente (Socatelli, 2017).

2.4.8 *Producto turístico*

El producto turístico es el conjunto de bienes y servicios utilizados por grupos de consumidores específicos para el consumo turístico (Terry, 2019, pág. 4).

Una colección de varios beneficios tangibles e intangibles que se ofrecen a los turistas en un área determinada con el objetivo de satisfacer la experiencia turística de acuerdo con sus necesidades (MINTUR, 2019, pág. 129).

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.

3.1 Enfoque de la investigación

La investigación tiene un enfoque mixto, ya que consiste en recopilar, analizar e integrar tanto investigación cuantitativa como cualitativa.

3.2 Tipo y diseño de investigación

3.2.1 Tipo de investigación

Investigación de Campo:

Las investigaciones de campo recogen datos directamente de la realidad y proporcionan y proporcionan información directa sobre el problema (Rus, 2022, pág. 28).

Esta investigación se la realizó in situ, lugar en que se aplicó la técnica de la encuesta a los prestadores de servicios turísticos en este caso los dueños de los establecimientos y a los turistas que visitan la parroquia de Pelileo Grande.

Investigación Documental:

De acuerdo con los autores Reyes & Carmona (2020), la investigación documental es "una técnica de investigación cualitativa que consiste en recopilar, organizar y seleccionar información a partir de la lectura de documentos, revistas, libros, artículos y resultados de investigaciones"(pág. 8).

Para el desarrollo de la investigación se realizó una búsqueda de información en fuentes secundarias como: libros, artículos científicos, tesis, sitios web. Además, se solicitará información sobre las variables de estudio en la Unidad de Turismo del cantón Pelileo.

Investigación descriptiva

Según Guevara y otros (2020) define la investigación descriptiva como “investigación que se realiza si se quiere describir todos los componentes principales de la realidad, la información proporcionada debe ser veraz, precisa y sistemática” (pág. 166).

La investigación es de tipo descriptivo ya que permite conocer las características de la población que estamos estudiando además de la creación de preguntas y análisis de los datos que resulten del tema, sin que ninguna de las variables se vea afectada.

Investigación correlacional

Las investigaciones correlacionales es visualizar cómo diferentes fenómenos están relacionados, no correlacionados o interrelacionados, cómo el comportamiento de una variable afecta el comportamiento de otra variable correlacionada. Intenta estimar la relación entre dos o más conceptos, categorías o el grado de relación entre dos variables (Moreno, 2018, pág. 18).

La investigación correlacional nos ayuda a determinar el grado de relación existente entre estas dos variables, como es el emprendimiento y la oferta turística.

3.2.2 *Diseño de investigación*

Diseño Transversal

Como expresan los autores Rodríguez & Mendivelso (2018), Un diseño transversal, “clasificado como un estudio observacional individual que por lo general tiene dos propósitos: descriptivo y analítico, donde el investigador no hace ninguna intervención, hace una medición de una o más variables” (pág. 142).

La recolección y análisis de datos e información de la investigación se llevaron a cabo en un periodo de tiempo específico.

Diseño no Experimental

Según el autor Santa Paella y Feliberto Martins (2019), define: El diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. Por lo tanto, en este diseño no se construye una situación específica si no que se observa las que existen.

Se utilizó el diseño no experimental ya que las variables no se manipulan intencionalmente, sino que solo se observa y se analiza el fenómeno tal y como es en su contexto natural.

3.3 Nivel o alcance de la investigación

Se emplea el nivel correlacional, pues se pretende analizar la relación de la variable independiente “emprendimiento” y la variable dependiente “oferta turística”.

El alcance de la investigación se limita a analizar a una muestra de 16 establecimientos dedicados a la prestación de servicios o productos, para la variable dependiente “emprendimiento” y con una muestra de 246 turistas que visitan la parroquia, se realizó contacto con las dos muestras de manera física y digital usando la plataforma de forms. A cada encuestado se le pidió de la manera más comedida rellene las encuestas para evaluar a las dos variables.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

Población 1

Para investigar la variable independiente “Emprendimiento” se investigaron a 5 establecimientos que constan en el catastro y 11 establecimientos no catastrados del GAD del cantón Pelileo, dando un total de 16 establecimientos.

Población 2

De acuerdo a los informes de la variación de turismo del cantón Pelileo no existe datos estadísticos del ingreso de turistas a la parroquia de Pelileo Grande, por lo tanto, se aplica la fórmula de la población infinita y se obtuvo como resultado 246 turistas.

3.4.2 Unidad de análisis

Fase 1: Para el diagnóstico de la variable independiente “emprendimiento”, la unidad de análisis corresponde a los emprendedores que prestan servicios o productos en la parroquia Pelileo Grande.

Fase 2: Para el diagnóstico de la variable dependiente “oferta turística”, la unidad de análisis corresponde a los turistas que visitan la parroquia Pelileo Grande.

3.4.3 Muestra

Muestra 1: Para calcular el tamaño de la primera muestra se consideró a toda la población de los emprendedores, se trabajará con 16 personas, quienes son los dueños de los establecimientos que están catastrados y no catastrados en el departamento de turismo de cantón Pelileo y no se trabajara con una fórmula debido a que la población es pequeña.

Tabla 1*Emprendedores*

| N.º | Actividad turística emprendedora | Servicio |
|-----|----------------------------------|---------------------|
| 1 | Fritadas de Doña América | Alimentos |
| 2 | Vivero Garden | Recreación |
| 3 | Piscina “La Moya” | Recreación |
| 4 | Vivero Campo | Recreación |
| 5 | Feria de Plantas Pelileo Grande | Recreación |
| 6 | Vivero los Nardos | Recreación |
| 7 | Gustop | Alimentación |
| 8 | El Rincón del Rey | Alimentación |
| 9 | Nachos pizzería | Alimentación |
| 10 | Delicias de la Tía Licha | Alimentación |
| 11 | Paradero y bar la estación | Alimentos y bebidas |
| 12 | Los chinchulines | Alimentación |
| 13 | Lo mejor de Pelileo Grande | Alimentación |
| 14 | Las delicias de la abuela | Alimentación |
| 15 | El Edén | Recreación |
| 16 | Las delicias | Alimentación |

Muestra 2: Al no existir registro de ingreso de turistas, para el cálculo del tamaño de la muestra se aplica la fórmula para poblaciones infinitas.

Población infinita

Para la aplicación de esta fórmula, en este caso los valores de $p= 0,80$ y $q= 0,20$, basándonos en investigaciones anteriores con nuestro tema de investigación “Emprendimiento y Oferta Turística”.

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{E^2} ; \quad (1)$$

E= Margen de error admisible (5% => 0,05%)

p= Probabilidad de ocurrencia de un fenómeno 0,80

q= Probabilidad de no ocurrencia de un fenómeno 0,20

$Nc = 95\% > Z \Rightarrow 1,96$

$n =$ Tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{1,96^2 * 0,8 * 0,2}{0,05^2}$$

$$n = 24$$

3.5 Matriz de operacionalización de variables

Tabla 2

Operacionalización de variables

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones o categorías | Indicadores | Métodos, técnicas e instrumentos |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Variable independiente Emprendimiento | El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados (Timmons, 1989) | El emprendimiento son acciones humanas, creativas para construir algo de valor de la nada. La búsqueda de la oportunidad de los recursos turísticos, para brindar servicios a las personas durante su estancia. | Emprendedor Entorno turístico Actividad emprendedora Planificación Turística | Experiencia Liderazgo Iniciativa Eficiencia Capacitación Innovación Creatividad Seguridad Servicios públicos Satisfacción de necesidad Preferencia de los Clientes Sectores para emprender Tasa de emprendimientos Capacitación | Método: Descriptivo Analítico Inductivo Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario de la encuesta Guía de entrevista |

| | | | | | |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Variable dependiente | La oferta turística es el conjunto de trasportes, instalaciones, y servicios disponibles para que sean utilizados por los turistas para desplazarse permanecer, y realizar en el destino todo lo anhelado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones (Quesada, 2010) | La oferta turística es el conjunto de <u>servicios turísticos</u> y emprendimientos para que utilicen los <u>consumidores</u> para desplazarse, permanecer y en el <u>destino turístico</u> satisfacer sus necesidades y motivaciones. | Servicios turísticos | Calidad Innovación Alimentación Transporte Guianza Alojamiento Recreación | Método: Descriptivo Analítico Inductivo |
| Oferta turística | | | Productos turísticos | Atractivos Naturales Atractivos culturales Facilidades turísticas | Técnica Encuesta |
| | | | Infraestructura | Facilidades turísticas Servicios básicos Conectividad y vías de acceso Accesibilidad | Instrumento Cuestionario de la encuesta |
| | | | Recursos turísticos | Recursos Naturales Recursos Culturales Recursos Religiosos | |
| | | | Calidad | Satisfacción de necesidades en el destino Servicios | |

3.6 Matriz de consistencia

Tabla 3

Matriz de consistencia

| Problema | Objetivos | Hipótesis | Variable y dimensiones | Metodología | Población y muestra |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| General ¿Cómo se relaciona el emprendimiento con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, | General Determinar la relación del emprendimiento con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, | General HG: Existe una relación significativa entre el emprendimiento y la oferta turística en la | Variable independiente Emprendimiento Dimensiones Emprendedor Entorno | Tipo de investigación Descriptiva De campo Documental Correlacional Diseño de | Variable independiente Emprendimiento La población para la variable independiente es todos los |

| | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| cantón Pelileo, provincia de Tungurahua? | cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. | parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. | turístico Actividad empresadora Planificación turística | investigació n Transversal No experimental | empresadores que se encuentran en la parroquia de Pelileo Grande. |
| Específicos ¿Cómo se relacionan el empresador con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua? | Específicos Determinar la relación del empresador con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. | Específicos HE1: Existe una relación significativa entre el empresador y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. | Variable dependiente Oferta turística Dimensiones Servicios turísticos Productos turísticos Infraestructura Recursos turísticos Calidad | investigació n Transversal No experimental | Variable dependiente oferta turística La población para la variable dependiente son todos los turistas que visitan la Parroquia de Pelileo Grande. |
| ¿Cómo se relaciona el entorno turístico con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua? | Determinar la relación del entorno turístico con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. | HE2: Existe una relación significativa entre el entorno turístico y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua | | | |
| ¿Cómo se relacionan la actividad empresadora con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua? | Determinar la relación de la actividad empresadora con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. | HE3: Existe una relación significativa entre la actividad empresadora y la oferta turística en la | | | |

| | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ¿Cómo se relacionan la planificación turística con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua? | Determinar la relación de la planificación turística con la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. | la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua HE4: Existe una relación significativa entre la planificación turística y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

3.7 Técnicas e instrumentos de la investigación

3.7.1 Técnica: Encuesta

a) Etapa 1. Los datos obtenidos para el diagnóstico situacional en lo que es emprendimiento, con los representantes administrativos de los establecimientos de alimentos – bebidas y recreación en la parroquia de Pelileo Grande se aplicó las siguientes técnicas:

Encuesta a 16 establecimientos de recreación turística

- Tabulación de resultados mediante el programa estadístico SPSS v-26
- Análisis cuantitativo de datos obtenidos mediante SPSS v-26

b) Etapa 2. Para analizar la oferta turística en la parroquia de Pelileo Grande, a los turistas que visitan la parroquia se implementó las siguientes técnicas:

- Encuesta a 246 turistas
- Tabulación de resultados mediante el programa estadístico SPSS v- 26
- Análisis cuantitativo de datos obtenidos mediante SPSS v-26

3.7.2 Instrumento: Cuestionario

a) **Fase 1.** Se realiza un banco de preguntas que será revisado y evaluado primero mediante el criterio de los expertos mencionados en el Cuadro 4. Una vez aprobado, se realiza la medición de la confiabilidad de las preguntas en el estadígrafo SPSS v-26.

Cuadro 5.

b) **Fase 2.** En cuanto a la relación del cuestionario y la investigación. Se debe correlacionar la influencia que tiene la pregunta con su correspondiente variable, mediante el estadígrafo SPSS v-26.

3.8 Validez y confiabilidad de los instrumentos

3.8.1 Selección de los expertos

Los expertos fueron seleccionados en base a características particulares en cuanto al conocimiento en temas de “Emprendimiento” y “Oferta Turística” considerando que son profesionales de tercer nivel y enfocados ampliamente los temas.

Tabla 4*Validación de encuestas por expertos*

| N.º | NOMBRES Y APELLIDOS | CARGO |
|-----|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Dr. José Álvarez Román, PhD | Docente en la Universidad Nacional de Chimborazo, cátedra Proyectos Turísticos y Emprendimientos. |
| 2 | PhD. Silvia Aldaz Hernández | Docente en la universidad Nacional de Chimborazo, cátedra |
| 3 | MgS. Margoth Cali Pereira | Docente en la universidad Nacional de Chimborazo, cátedra Patrimonio natural y patrimonio cultural |
| 4 | PhD. Luis Quevedo Báez | Docente en la universidad Nacional de Chimborazo. |

3.9 Resultado en base a la evaluación de expertos para aplicación de encuestas

Las encuestas fueron validadas bajo el criterio de expertos con una formación y en base a los conocimientos en el campo turístico, y a su vez especializados en emprendimiento y oferta turística.

El instrumento de medición que se implementó en la validación de las encuestas, fue una tabla de evaluación que bajo el criterio de “sí” y “no” valorizaba parámetros como el diseño, relación con el título de investigación, mención de variables, cumplimiento de objetivos, coherencia entre preguntas, etc. Este instrumento fue revisado y calificado por el tutor de la investigación y 3 expertos, llegando a concluir bajo las observaciones realizadas que el cuestionario se encuentra alineado a la necesidad del investigador y se puede aplicar.

3.10 Evaluación de la confidencialidad de las encuestas

Para poder evaluación de la confiabilidad de las encuestas se realiza una comprobación mediante el estadígrafo Alfa de Cronbach. La aplicación de este estadígrafo

permite observar hasta que medida las puntuaciones percibidas al desarrollar las encuestas piloto, un total de 38 encuestas, 8 para la variable Emprendimiento y 30 para la variable Oferta Turística; se relacionan entre sí.

Por otro lado, las encuestas tienen una escala de medición denominada Likert, la cual es una escala psicométrica utilizada para poder tener una mejor comprensión del nivel de satisfacción o aceptación que tiene el encuestado hacia los temas a investigar.

Tabla 5

Estadístico de fiabilidad

| Estadística de Fiabilidad | |
|----------------------------------|------|
| Encuesta 1. Emprendimiento | |
| Alf de Cronbach | ,802 |
| Número de elementos | 14 |
| Encuesta 2. Oferta turística | |
| Alf de Cronbach | ,968 |
| Número de elementos | 20 |

Nota: Tomado de SPSS Statistics V-26

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados

4.1.1 Encuesta aplicada a los emprendedores de la parroquia Pelileo Grande

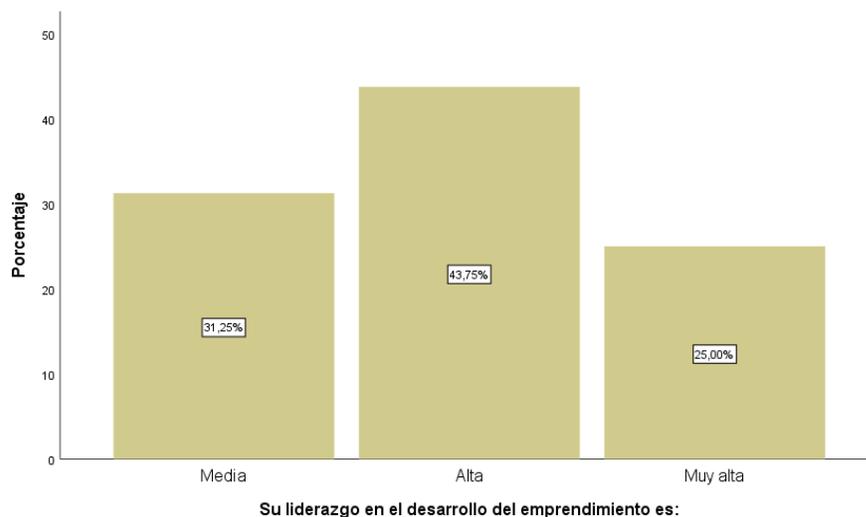
En el análisis de la información de la encuesta aplicada a los emprendedores de la parroquia Pelileo Grande, se evidencia que en su mayoría los representantes de los mismos cuentan con un nivel de educación de secundaria y su mayor motivación para emprender es mejorar sus ingresos económicos.

- Liderazgo

El liderazgo es una forma de influir sobre otros para lograr cumplir un objetivo. Para Davis & Newstrom (2003), el liderazgo es el proceso de lograr influir sobre los demás con trabajo en equipo, con el propósito de que trabajen con entusiasmo en el logro de sus objetivos.

Figura 1

Liderazgo



De acuerdo a los datos obtenidos el 43,75% de los emprendedores encuestados califican el liderazgo en el desarrollo de planes como alto, el 31,25% de los mismos

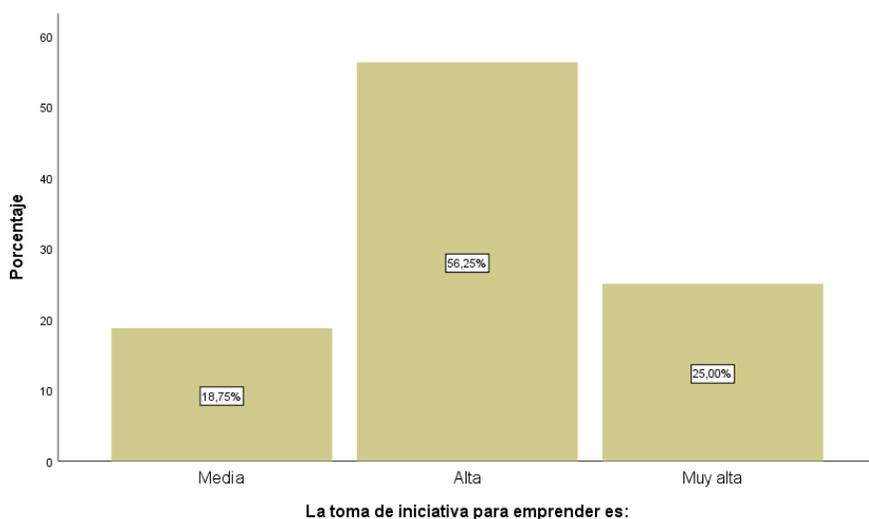
califican su liderazgo como medio y por último el 25% de los emprendedores califica su liderazgo como muy alta. Concluyendo así que el liderazgo de los emprendedores para el desarrollo de emprendimientos es alto con un 43,75% siendo el porcentaje más alto.

La toma de iniciativa para emprender

La toma de iniciativa al momento de emprender es un aspecto importante, ya que gracias a esta se puede generar un nuevo negocio, el cual desarrollara plazas de trabajo y permitirá una mejora económica para quien tome la iniciativa de emprender.

Figura 2

La toma de iniciativa para emprender



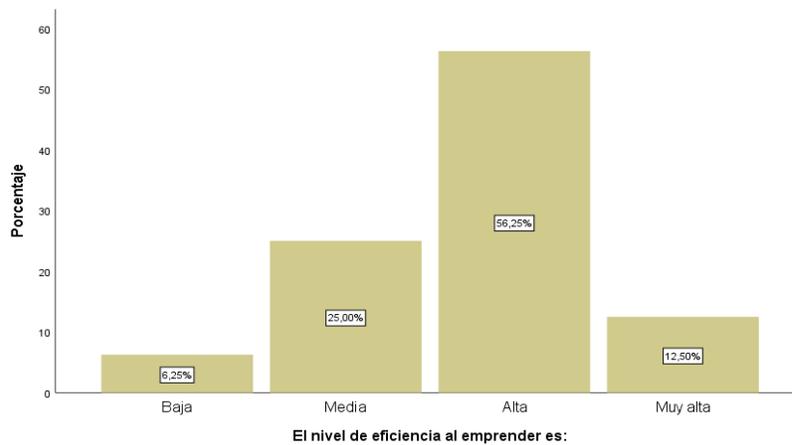
Se puede observar que el porcentaje más alto en la toma de iniciativa para emprender en la parroquia de Pelileo Grande por parte de los emprendedores es el 56,25%, el 25% representa a muy alta y el 18,75% de los encuestados es media. Comprendiendo así que la toma de iniciativa para emprender por los emprendedores es alta.

Nivel de eficiencia al emprender

La eficiencia es el beneficio de los fines con la menor cantidad de recursos, es decir, los emprendedores deben saber qué nivel tienen para lograr cumplir las metas propuestas con el uso menor posible de recursos, satisfaciendo las necesidades de los clientes.

Figura 3

Nivel de eficiencia al emprender



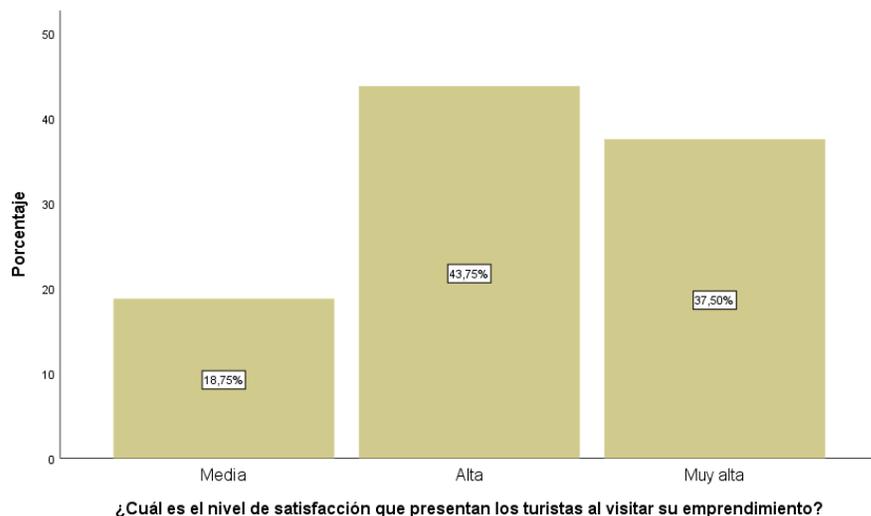
En la gráfica se puede observar que después de realizar la encuesta a los emprendedores el 56,25% de los encuestados dicen que su nivel de eficiencia es alto, el 25% dice que es media, el 12,50% de los mismos dice que es muy alta y finalmente el 6,25% es baja.

Nivel de satisfacción que presentan los turistas al visitar su emprendimiento

La satisfacción de las necesidades de los turistas es un aspecto muy importante, ya que permite saber si el turista se siente como con los productos ofertados, de esta manera ellos recomendarán el lugar a otros.

Figura 4

Nivel de satisfacción que presentan los turistas al visitar su emprendimiento



Se puede observar que el 43,75% de los encuestados afirma que el nivel de satisfacción de los turistas al visitar su emprendimiento es alto, el 37,50 dice que es muy alta y el 18,75% de los encuestados dice que es media. Obteniendo así, un buen resultado con un porcentaje de 43,75% correspondiente a alta siendo el porcentaje más alto.

A continuación, se presenta la tabla de análisis e interpretación correspondiente, en donde refleja el tipo de calificación que le asignan los emprendedores:

Tabla 6

Análisis e interpretación de la encuesta a los emprendedores

| N.º | PREGUNTA | ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN |
|-----|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Edad | La edad promedio de los emprendedores de la parroquia Pelileo Grande es, un 31,25% con las edades de 35-39 y 40-44, el 25% es de más de 50 años, seguido por el 6,25% que representa a las edades de 20-24 años y 45-49 años. Los datos finales dan como resultado que las edades de los emprendedores esta de entre los 35 – 44 años de edad. |
| 2 | Género | El 81,25% de los encuestados emprendedores corresponde al sexo femenino y el 18,75% de los mismos pertenecen al sexo masculino. Se entiende así, que en su mayoría quienes toman la decisión de emprender es el género femenino |
| 3 | Nivel de Educación | El 43,75% corresponde a los emprendedores con un nivel de educación |

| | | |
|----------|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | secundaria, un 31,25 % representando al nivel de educación de primaria, un 18,75% a superior universitaria y un 6,25% superior no universitaria. Como resultado tenemos que en un porcentaje mayor que es el 44% de los encuestados tiene el nivel de educación de secundaria. |
| 4 | ¿Experiencia en el desarrollo de planes de negocio? | La experiencia en planes de negocio está en, un 75% representada como alta y un 25% con una experiencia media. Concluyendo así, que en la mayoría de emprendedores de la parroquia Pelileo Grande tiene una experiencia en planes de negocio de un 75% que representa como alta. |
| 5 | ¿Liderazgo? | El porcentaje más alto de los encuestados sobre liderazgo en la parroquia Pelileo Grande es, un 44% afirma que el liderazgo se considera como alta en su emprendimiento, un 31% como media y un 25% representa a muy alta. Observando así que el liderazgo al ser un punto importante al momento de emprender, en la parroquia está en un porcentaje aceptable que es del 44%, dando a conocer que en la mayoría de negocios los dueños tienen un espíritu de liderazgo. |
| 6 | ¿Toma de iniciativa? | La toma de iniciativa en los emprendedores de la parroquia de Pelileo Grande está representada por, el 56% afirma que esta es alta, seguida por un 25% que representa a muy alta y un 19% que corresponde a media. Obteniendo así que la toma de iniciativa al momento de emprender es considerada como alta y en la parroquia tienen más del 50% en este apartado. |
| 7 | ¿Nivel de eficiencia? | El 56% del total de los encuestados menciona que el nivel de eficiencia se lo califica como alta, un 25% la califica como media, el 13% está representado por muy alta y un 6% como baja. Es decir, que en su mayoría califica el nivel de eficiencia como alta, y es una calificación aceptable, ya que pueden trabajar sin ningún problema cada emprendedor. |
| 8 | ¿Capacitación del personal? | Un 56% de los emprendedores afirma que la capacitación del personal que está laborando dentro de los emprendimientos tienen una capacitación alta, un 25% tienen una capacitación media y un 19% dice que es muy alta. Dando así, como resultado que la capacitación del personal de los emprendimientos encuestados de la parroquia de Pelileo Grandes tiene un resultado positivo, ya que esta con el porcentaje más alto que es el 56% representando como alta. |
| 9 | ¿Innovación? | El 50% de los encuestados afirma que la innovación en sus emprendimientos se los califica como alta, el 44% como media y el 6% como muy alta. Es decir que la innovación en los emprendimientos en la parroquia Pelileo Grande es considerada como alta siendo el porcentaje más alto, y permite |

| | |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | presentar de una manera nueva los productos a los turistas. |
| 10 | ¿Nivel de creatividad? |
| | El 56% corresponde a una calificación de alta, el 25% representa a una calificación de muy alta y el 19% de media. Obteniendo como resultado que el nivel de creatividad en los emprendimientos de la parroquia Pelileo Grande es alta, con un porcentaje alto del 56%, generando una nueva forma de ofertar los servicios en cada emprendimiento. |
| 11 | ¿Nivel de seguridad en la parroquia? |
| | El 50% del total de los encuestados afirma que el nivel de seguridad en la parroquia Pelileo Grande es alta, seguido por el 38% que califica como media, el 6% representado por baja y muy alta. De esta manera se puede entender que la seguridad en la parroquia se la califica como alta siendo el porcentaje más alto siendo el 50%, permitiendo así que sea un lugar seguro para que visiten los turistas está parroquia. |
| 12 | ¿Calidad de los servicios básicos? |
| | La calidad de los servicios básicos en la parroquia Pelileo Grande es calificado con, el 56% con alta, el 19% con media y muy alta, y el 6% corresponde a baja. Es decir que los encuestados la califican como alta y es un resultado positivo ya que tiene el porcentaje alto que es el 56%, y los emprendimientos logran funcionar sin complicaciones. |
| 13 | ¿Nivel de satisfacción de turistas? |
| | El 44% de los encuestados califica el nivel de satisfacción de los turistas al visitar su emprendimiento es alta, seguido por el 38% que dice que es muy alta y el 19% que califica como media. Como resultado, tenemos que el nivel de satisfacción que perciben los emprendedores al prestar sus servicios a los turistas es considerado alta con un porcentaje alto de 44%, entendiendo así que los turistas se encuentran satisfechos al hacer uso de los productos o servicios que se oferta en los emprendimientos. |
| 14 | ¿Preferencia de los clientes? |
| | El 44% afirma que es alta, el 31% que es media y el 25% que es muy alta. Concluyendo así, que la preferencia de los turistas es considerada alta por cada emprendedor al prestar sus servicios, y de esta manera se entiende que los turistas si consideran a la parroquia como un buen lugar para visitar y hacer uso de lo que puede ofertar la parroquia. |
| 15 | ¿Impacto del emprendimiento? |
| | El 69% de los encuestados afirma que el impacto de su emprendimiento en la parroquia Pelileo Grande es alta, el 25% es media y el 6% es considerado como muy alta. Concluyendo que, el impacto de los emprendimientos encuestados tiene un impacto alto con el 69%, siendo más del 50%. |
| 16 | ¿Acceso a estadísticas turísticas? |
| | El acceso a las estadísticas de turismo en la parroquia Pelileo Grande, el 38% afirma que el acceso a estadísticas de turismo es medio, el 31% corresponde a alta, el 19% representa a baja y el 13% muy alta. Dando, así como resultado que los emprendedores califican el acceso como media ya que no |

| | | |
|-----------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | es al 100% pueden acceder a la información de turismo y no existen datos exactos en el departamento de turismo. |
| 17 | ¿Capacitaciones para emprender? | El 44% del total de encuestados afirma que las capacitaciones para emprender califican como media, el 25% corresponde a alta y baja, y el 6% representa a muy baja. Es decir, que la mayoría de los encuestados califica las capacitaciones con media con el 44%, siendo el porcentaje más alto. |
| 18 | Motivación para emprender | El 43,75% de los encuestados afirma que el motivo para emprender es mejorar los ingresos económicos, el 25% corresponde a aportar a la sociedad, un 18,75% a mejorar su calidad de vida y el 6,25% representa a mejorar su estatus social y otros (mejorar el futuro para sus hijas). Es decir, que las personas quienes crean sus emprendimientos lo hacen por la necesidad de mejorar sus ingresos económicos. |
| 19 | Creación de emprendimientos | El 100% de los encuestados consideran que si se puede crear emprendimientos turísticos que oferten diferentes servicios turísticos, el único impedimento en este caso es la falta de conocimiento de como adquirir un capital y administrarlo. |
| 20 | Emprendimientos que se pueden crear | El 43,75% de los encuestados considera que, si se puede crear emprendimientos en alojamiento, el 37,50% afirma que se debe crear emprendimientos en recreación, el 12,50% que se debe crear en guianza y transporte, y el 6,25% corresponde a alimentación. Cabe recalcar que en esta pregunta los emprendedores escogieron más de dos respuestas. |
| 21 | Emprendedores capacitados | El 43,75% están poco capacitados para la prestación de servicios y productos turísticos, el 31,25% los emprendedores están nada capacitados, el 18,75% representa a que los emprendedores están medianamente capacitados y un 6,25% está a favor de capacitados en la prestación de los productos y servicios turísticos. De esta manera se entiende que los emprendedores están poco capacitados, en este caso es un punto en contra para ellos porque tienen un desconocimiento en algunos aspectos para ofertar sus servicios o productos. |
| 22 | Oferta de servicios en el emprendimiento | El 68,75% de esta oferta servicios de alimento y bebidas, y el 31,25% de los encuestados oferta el servicio de recreación turística. Es evidente que la mayoría de emprendimientos ofertan un servicio de alimentación siendo este uno de los servicios con más potencial a nivel nacional. |
| 23 | Medios de comunicación | El 56,25% usa a sus amigos para difundir sus servicios, el 25% de los mismos usa la red social de Facebook, un 6,25% usa otros medios como son la radio y afiches, el WhatsApp y las páginas web. Concluyendo sí que, los amigos de los emprendedores son quienes difunden los productos o |

4.1.2 Encuesta aplicada a los turistas que visitan la parroquia

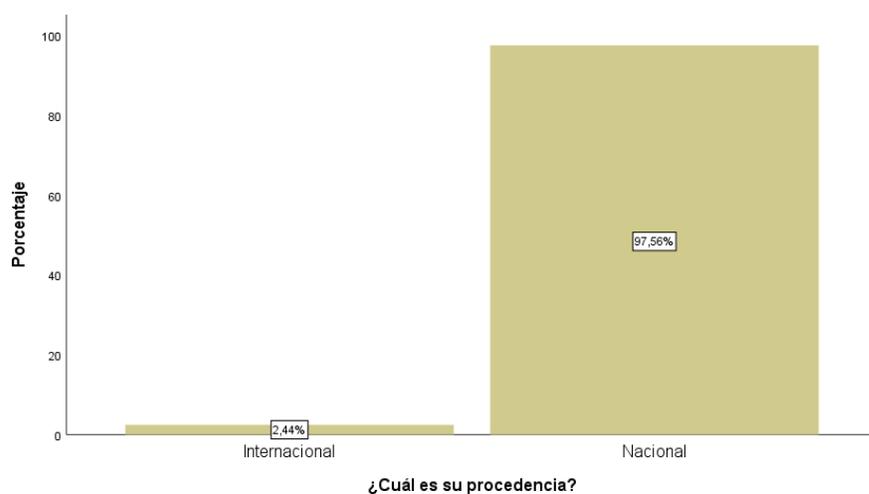
Es posible evidencia que los turistas que visitan con frecuencia la parroquia de Pelileo Grande son de las diferentes provincias del país y un poco número de turistas son de otra nacionalidad como venezolana, esto se da por motivos de migración en busca de una nueva oportunidad de sobresalir.

Procedencia de los turistas

La procedencia de los turistas es un punto importante, debido a que por medio de la misma se puede determinar si son nacionales o internacionales los turistas y determinar quiénes predominan con un número mayor.

Figura 5

Procedencia del turista



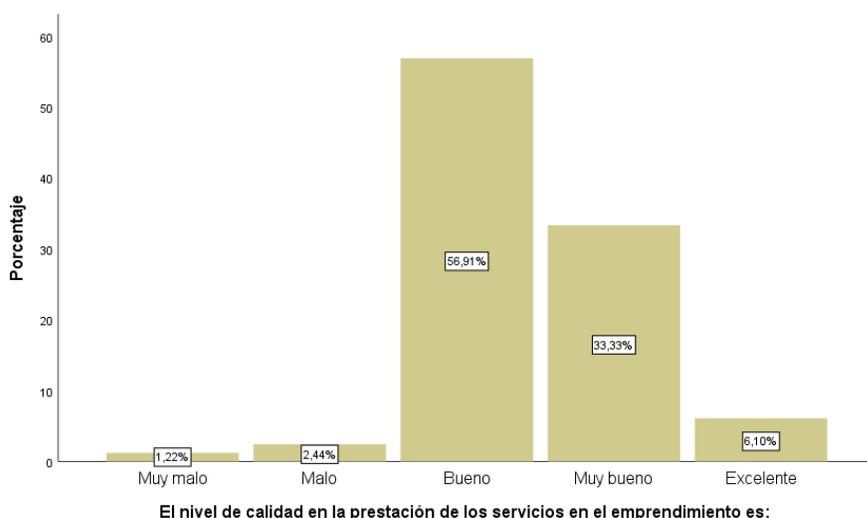
La figura muestra que el 97,56% del total de los turistas encuestados proceden de diferentes partes del país y el 2,44% de los mismos son internacionales, en este caso de procedencia venezolana. En conclusión, los turistas que más visitan la parroquia son nacionales con el 97,56% siendo el porcentaje más alto.

Nivel de calidad en la prestación de servicios

La calidad es un aspecto importante, porque gracias a ella se puede calificar un producto o un servicio y saber si cumple con las expectativas de los turistas, caso contrario permitirá saber qué es lo que se necesita mejorar.

Figura 6

Nivel de calidad en la prestación servicios



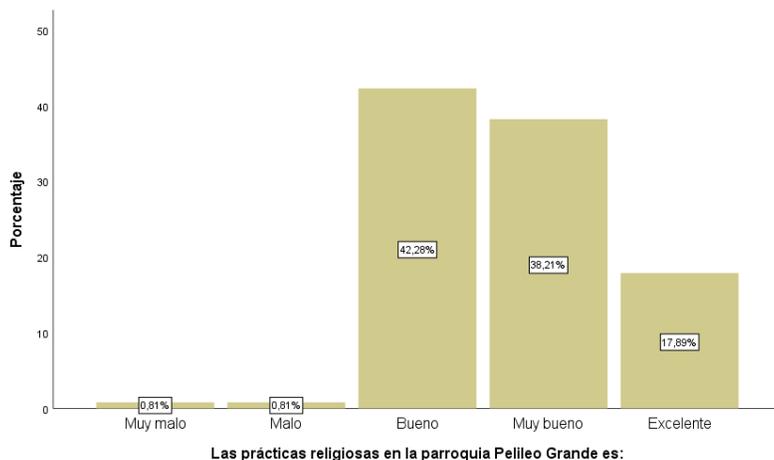
El 56,91% de los turistas encuestados afirman que el nivel de calidad en la prestación de los servicios en la parroquia Pelileo Grande es bueno, seguido por el 33,33% que es muy bueno, el 6,10% corresponde a excelente, el 2,44% a malo y finalmente el 1,22% a muy malo. Dando, así como resultado que el porcentaje mal alto de los turistas califican como bueno con el 56,91% al nivel de calidad en la prestación de servicios.

Prácticas religiosas

Las prácticas religiosas es uno de los recursos más grades en la parroquia, la cual ha llamado la atención de muchos turistas que pertenecen a la religión católica y de esta manera genera un incremento de turistas.

Figura 7

Prácticas religiosas



A continuación, se muestra los resultados obtenidos después de desarrollar la encuesta en la parroquia a los turistas:

Tabla 7

Análisis e interpretación encuesta aplicada a turistas

| N.º | PREGUNTA | ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN |
|-----|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Edad | La edad promedio de los turistas que visitan la parroquia Pelileo Grande está en el 23,58% que pertenece a las edades de entre 25 – 29 años, el 21,54% está en el intervalo de 20 – 24 años, un 19,51% está entre las edades de 30-24 años, el 13,82% está entre 35 – 39 años, un 10,57% corresponde a 40 – 44 años, el 6,10% está en el intervalo de edad de 45 – 49 años y el 4,88% está en el intervalo de 50 o más años. |
| 2 | Genero | El 52,44% de los turistas encuestados son de género masculino y el 47,56% de los mismos son se generó femenino. Concluyendo que el porcentaje más alto que es el 52,44% es corresponde al género masculino quienes son los turistas que más visitan la parroquia Pelileo Grande. |
| 3 | Nivel de educación | El 39,43% tiene un nivel de educación de superior no universitaria, el 31,71% corresponde a un nivel de secundaria, el 21,14% tiene un nivel de superior universitaria, un 4,47% representa al nivel de primaria, el 2,44% esta con el nivel de maestría y el 0,81% tiene un doctorado. Es decir, que el nivel de educación con más porcentaje es de 39,43% con superior no universitaria. |
| 4 | Procedencia | El 97,56% del total de los turistas encuestados proceden de diferentes partes |

| | | |
|-----------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | del país y el 2,44% de los mismos son internacionales, en este caso de procedencia venezolana. En conclusión, los turistas que más visitan la parroquia son nacionales con el 97,56% siendo el porcentaje más alto. |
| 5 | ¿Nivel de calidad en la prestación de servicios? | El 56,91% de los turistas encuestados afirman que el nivel de calidad en la prestación de los servicios en la parroquia Pelileo Grande es bueno, seguido por el 33,33% que es muy bueno, el 6,10% corresponde a excelente, el 2,44% a malo y finalmente el 1,22% a muy malo. Dando, así como resultado que el porcentaje mal alto de los turistas califican como bueno con el 56,91% al nivel de calidad en la prestación de servicios |
| 6 | ¿Innovación en la prestación de servicios? | El 55,69% correspondiente a bueno, el 23,58% es muy bueno, el 12,60% es malo, el 7,72% es excelente y el 0,41% es muy malo. Es decir que los turistas consideran que la innovación en la prestación de servicios es representada como bueno con el 55,69 %, comprendiendo que las nuevas formas de presentar un producto son llamativas. |
| 7 | ¿Servicio de alimentación? | El 56,10% del total de los turistas encuestados afirma que el servicio de alimentación es bueno, seguido por el 22,76% que lo califica como muy bueno, el 10,98% que corresponde a malo, el 9,35% que representa a excelente y el 0,81% lo califica como muy malo. Dando, así como resultado que el servicio de alimentación en la parroquia es bueno con el porcentaje más alto que es 56,10%, y eso que es el servicio que más se oferta en la mayoría de emprendimientos. |
| 8 | ¿Servicio de transporte? | El 52,85% de los turistas encuestados dicen que el mismo es bueno, el 23,58% que es muy bueno, un 15,45% que es malo, un 7,32% que es excelente y el 0,81 % califica a este servicio como muy malo. Concluyendo, que el servicio de transporte es fundamental para llegar a los distintos emprendimientos. |
| 9 | ¿Servicio de guianza? | Un 34,55% afirma que el servicio de guianza es malo, el 31,71% bueno, un 18,70% muy malo, un 8,54% es muy bueno y el 6,50% es excelente. Concluyendo, así que los turistas califican a este servicio como malo con el 34,55%, esto se da por el motivo que en la parroquia hace falta agencias o establecimientos que oferten este tipo de servicio. |
| 10 | ¿Servicio de alojamiento? | El 34,15% del total de encuestados afirma que el ser servicio de alojamiento en la parroquia de Pelileo Grande es malo, el 28,02% dice que es bueno, el 24,39% lo califica como muy malo, el 8,94% como muy bueno y el 6,50% como excelente. Como resultado tenemos que los turistas lo califican como malo con el 34,15%, esto se da por la falta de oferta se este servicio. |
| 11 | ¿Servicio de | el 56,91% concuerda con que el servicio de recreación es bueno, el 26,02% |

| | |
|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| recreación? | está seguro que el servicio es muy bueno, el 8,94% considera que es malo, el 6,91% considera que es excelente y tan solo el 1,22% lo considera como muy malo. Dando, a entender que el servicio de recreación en la parroquia de Pelileo Grande es bueno con el 56,91%. |
| 12 ¿Estado de atractivos naturales? | El 64,23% de los encuestados afirma que el estado de los atractivos naturales dentro de los emprendimientos turísticos es bueno, el 20,33% califica que el estado de los mismo es muy bueno, un 8,54% considera que están como excelente, el 6,50% como malo y el 0,41% como muy malo, obteniendo, un resultado favorable que bueno con el 64,23%. |
| 13 ¿Estado de atractivos culturales? | El 44,31% corresponde que el estado de los atractivos turísticos culturales de los emprendimientos, el 37,80% representa a muy bueno, el 11,79% a excelente, el 5,28% corresponde a malo y el 0,81% es muy malo. Por lo que el estado de los atractivos turísticos culturales es calificado con el 44,31% que es bueno. |
| 14 ¿Facilidades turísticas? | El 53,25% afirma que las facilidades turísticas en los emprendimientos son buenos, el 30,89% lo considera como muy bueno, el 11,38% corresponde a excelente y el 4,47% es malo. Por lo que el porcentaje más alto de las facilidades turísticas es el 53,25%. |
| 15 ¿Calidad de facilidades turísticas en la parroquia? | El 52,44% de los turistas les califican como bueno, el 33,33% dice que es muy bueno, seguido de excelente con el 10,98%, el 2,85% lo considera como malo y el 0,41% lo define como muy malo. En este caso, la calificación es bueno con el 52,44% siendo el porcentaje más alto. |
| 16 ¿Servicios básicos? | El 43,90% de los encuestados afirman que los servicios básicos que tiene los emprendimientos en la parroquia Pelileo Grande es bueno, el 40% coincide que los servicios básicos son muy buenos, el 11% considera que es excelente, el 5% que es malo y el 1% considera que es muy malo. Siendo el porcentaje más alto el 44% como bueno, de esta manera se puede ver que en cada uno de los emprendimientos hay una adecuada implementación de los servicios básicos. |
| 17 ¿Vías de acceso? | El 52,44% del total de los turistas que visitan la parroquia Pelileo Grande considera que las vías de acceso a los emprendimientos son buenas, el 33,74% de los mismos considera que es muy bueno, el 9,35% califica a las vías de acceso como excelente y el 4,47% considera que es malo. Concluyendo que las vías de acceso para los turistas lo califican como bueno siendo el porcentaje más alto de 52,44%. |
| 18 ¿Accesibilidad en el emprendimiento? | El 42,68% de los encuestados califica a la accesibilidad como bueno, el 38,59% afirma que es muy bueno, el 15,45% coincide que es excelente, el |

| | | |
|-----------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 4,47% que es malo y el 11% es considera como como muy malo. En este caso el porcentaje más alto es el 42,68% representando a bueno, es decir que los turistas consideran bueno a la accesibilidad de los emprendimientos turísticos en la parroquia. |
| 19 | ¿Conservación de recursos naturales? | el 50,81% afirma que es bueno, el 32,93% lo considera como muy bueno, el 12,20% corresponde a excelente y el 4,07% como malo. Obteniendo así que el 50,81% considera que la conservación de los recursos turísticos es buena, siendo también el porcentaje más alto. |
| 20 | ¿Recursos culturales? | El 48,37% considera que los recursos culturales son buenos, el 39,02% considera que es muy bueno, el 8,54% que es excelente y el 4,07% que es malo. Por lo tanto, los recursos culturales en la parroquia son calificado con el porcentaje más alto que es bueno con el 48,37%. |
| 21 | ¿Prácticas religiosas? | El 42,28% que asegura que es bueno y por otra parte el 38,21% que asegura que las prácticas religiosas son muy buenas. Por otra parte, el 18,89% asegura que es excelente y finalmente el 0,81% asegura que es malo y muy malo. Las prácticas religiosas son el aspecto más importante de la parroquia, ya que en su mayoría la población es católica e inculca a sus visitantes a conocer sus prácticas religiosas. |
| 22 | ¿Nivel de satisfacción de necesidades? | El 46,34% de los encuestados afirman que el nivel de satisfacción de sus necesidades al visitar los emprendimientos es bueno, el 30,49% asegura que es muy bueno, el siguiente 18,70% piensa que excelente, el 4,07% considera que es malo y finalmente el 0,41% dice que es muy malo. Concluyendo que, los turistas al visitar los emprendimientos se sientes satisfechos ya que cumplen todas sus necesidades. |
| 23 | ¿Servicios prestados? | Un 47,15% del total de los turistas encuestados afirma que los servicios prestados son calificados como bueno, el 37,80% dice que es muy bueno, el 11,79% se considera excelente, el 2,85% se lo representa con malo y el 0,41% es muy malo. Entendiendo que los servicios prestados por los emprendimientos en la parroquia son considerados buenos con el porcentaje más alto que es 47,15%. |
| 24 | ¿Nivel de seguridad en la parroquia? | el 40,65% piensa que el nivel de seguridad que se brinda a los turistas en la parroquia se lo califican como bueno, el 39,02% de los encuestados afirma que el nivel de seguridad es muy bueno, el 15,45% considera que es excelente, el 4,07% dice que es malo y el 0,81% califica como muy malo. Entendiendo así, que el nivel de seguridad en la parroquia Pelileo Grande es bueno con un porcentaje del 40,65%. |
| 25 | Preferencia de los | El 95,93% de los turistas están de acuerdo en que le gustaría visitar los |

| | |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| turistas | empresarios que oferta la parroquia Pelileo Grande y mientras que el 4,07% está en desacuerdo, es decir, que el porcentaje más alto que es 96% si está de acuerdo en visitar los emprendimientos en la parroquia. |
| 26 Servicios que prefiere el Turista | El 28,57% afirman que prefieren el servicio de alimentos y bebidas, el 27,47% considera el servicio de alimentación, el 25,43% dice que prefiere el servicio de recreación, el 10,68% el servicio de guianza, el 7,54% el servicio de transporte y finalmente el 0,31% otros servicios como deportes extremos. Cabe recalcar que estos resultados se obtuvieron una vez encuestado y algunos de los turistas escogieron más de una opción. |
| 27 Pago por servicios | El 52,44% de los encuestados está de acuerdo en pagar un costo de entre 5\$ - 10\$, el 27,64% considera pagar entre 11\$ - 15\$, el 13,82% de entre 16\$ - 20\$ y finalmente el 6,10% está a favor de pagar más de 20\$. Obteniendo, así como resultado que el 52,44% es el porcentaje más alto representando al pago por servicios de entre 5\$ - 10\$, este resulta ya que hasta cierto punto la economía no esta buena y buscan gastar lo mínimo. |
| 28 Duración de viaje | El 54,88% de ellos designa de 1 a 2 días para realizar un viaje, el 19,51% de los mismo determina de 2 a 3 días para realizar un viaje, el 19,11% de los mismos 1 día y el 6,50% considera de 3 a 4 días. En su mayoría los turistas prefieren viajar entre 1 a 2 días, esto en su mayoría es porque no cuentan con mucho tiempo disponible. |
| 29 Medios por los cuales se informa | El 27,29% de los turistas afirma que se informan por Facebook, el 21,14% se informa por amigos, el 17,19% está de acuerdo en que se informa por medio de la televisión, el 16,88% se informa por medio de WhatsApp, un 8,68% usa el Instagram, el 6,62% se informa por las agencias de viaje, el 1,74% por una página web y el 0,47% por otros (la radio, redes sociales, etc.). Dando, así como resultado que el porcentaje más alto es el 27,1% que usa para informarse el Facebook, cabe recalcar que estos resultados son en base a que hay encuestados que optaron por más de una respuesta. |

4.2 Prueba de hipótesis

4.2.1 Hipótesis general

Existe una relación significativa entre el emprendimiento y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

H₀: No existe relación significativa entre el emprendimiento y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

H₁: Existe relación significativa entre el emprendimiento y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

$\alpha = 0.05$

Prueba de r de Pearson

Tabla 8

Prueba de hipótesis General

| | | Correlaciones | |
|-----|------------------------|---------------|-------|
| | | v19 | V45 |
| v19 | Correlación de Pearson | 1 | -,012 |
| | Sig. (bilateral) | | ,977 |
| | N | 8 | 8 |
| V45 | Correlación de Pearson | -,012 | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,977 | |
| | N | 8 | 30 |

Nota: Tomado de *spss Statistics V- 26*

Conclusión: Como Sig. es 0,977 mayor a 0,05, se acepta la hipótesis nula (H₀) y se rechaza la hipótesis de investigación (H₁); es decir, no existe relación significativa entre el emprendimiento y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

4.2.2 Hipótesis específica

Emprendedor y oferta

H_{E1}: Existe una relación significativa entre el emprendedor y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

H_{E0}: No existe relación significativa entre el emprendedor y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

H_{E1}: existe relación significativa entre el emprendedor y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

$\alpha = 0.05$

Prueba de r de Pearson

Tabla 9

Emprendedor y oferta turística

| | | Correlaciones | |
|-----|------------------------|---------------|-------|
| | | V47 | V45 |
| V47 | Correlación de Pearson | 1 | -,228 |
| | Sig. (bilateral) | | ,587 |
| | N | 8 | 8 |
| V45 | Correlación de Pearson | -,228 | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,587 | |
| | N | 8 | 30 |

Nota: Tomado de *spss Statistics V- 26*

Conclusión: Como Sig. es 0,587 mayor a 0,05, se acepta la hipótesis nula (H₀) y se rechaza la hipótesis de investigación (H₁); es decir, no existe relación significativa entre el emprendedor y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

Entorno turístico y oferta

H_{E2}: Existe una relación significativa entre el entorno turístico y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

H_{E0}: No existe relación significativa entre el entorno turístico y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

H_{E2}: Existe relación significativa entre el entorno turístico y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

$\alpha = 0.05$

Prueba de r de Pearson

Tabla 10*Entorno turístico y oferta*

| | | Correlaciones | |
|-----|------------------------|---------------|-------|
| | | V48 | V45 |
| V48 | Correlación de Pearson | 1 | -,030 |
| | Sig. (bilateral) | | ,944 |
| | N | 8 | 8 |
| V45 | Correlación de Pearson | -,030 | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,944 | |
| | N | 8 | 30 |

Nota: Tomado de *spss Statistics V- 26*

Conclusión: Como Sig. es 0,944 mayor a 0,05, se acepta la hipótesis nula (Ho) y se rechaza la hipótesis de investigación (Hi); es decir, no existe relación significativa entre el entorno turístico y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

Actividad emprendedora y oferta

H_{E3}: Existe una relación significativa entre la actividad emprendedora y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

H_{E0}: No existe relación significativa entre la actividad emprendedora y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

H_{E3}: Existe relación significativa entre la actividad emprendedora y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

$\alpha = 0.05$

Prueba de r de Pearson

Tabla 11*Actividad emprendedora y oferta*

| | | Correlaciones | |
|-----|------------------------|----------------------|-------|
| | | V49 | V45 |
| V49 | Correlación de Pearson | 1 | -,098 |
| | Sig. (bilateral) | | ,818 |
| | N | 8 | 8 |
| V45 | Correlación de Pearson | -,098 | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,818 | |
| | N | 8 | 30 |

Nota: Tomado de *spss Statistics V- 26*

Conclusión: Como Sig. es 0,818 mayor a 0,05, se acepta la hipótesis nula (Ho) y se rechaza la hipótesis de investigación (Hi); es decir, no existe relación significativa entre la actividad emprendedora y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

Planificación turística y oferta

HE4: Existe una relación significativa entre la planificación turística y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

HE0: No existe una relación significativa entre la planificación turística y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

HE4: Existe una relación significativa entre la planificación turística y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

$\alpha = 0.05$

Prueba de r de Pearson

Tabla 12*Planificación turística y oferta*

| | | Correlaciones | |
|-----|------------------------|----------------------|------|
| | | V50 | V45 |
| V50 | Correlación de Pearson | 1 | ,490 |
| | Sig. (bilateral) | | ,217 |
| | N | 8 | 8 |
| V45 | Correlación de Pearson | ,490 | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,217 | |
| | N | 8 | 30 |

Nota: Tomado de *spss Statistics V- 26*

Conclusión: Como Sig. es 0,490 mayor a 0,05, se acepta la hipótesis nula (Ho) y se rechaza la hipótesis de investigación (Hi); es decir, no existe relación significativa entre la planificación turística y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Se evidencia que no existe una relación significativa entre el emprendimiento y la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua, por medio de los resultados obtenidos se puede concluir que no existe un seguimiento adecuado a los emprendimientos por parte del departamento de turismo.
- El emprendedor no se relaciona con la oferta turística, los emprendedores mencionan que están un poco capacitados para lo que es la prestación de servicios o productos.
- Mediante los resultados obtenidos se puede ver que el entorno turístico no se relaciona significativamente con la oferta turística, los turistas mencionan que los recursos turísticos en su mayoría tienen una conservación buena, pero se debe mejorar para aprovechar de mejor manera cada uno de los recursos existentes en la parroquia.
- La actividad emprendedora no se relaciona significativamente con la oferta turística, por medio de los resultados se logra evidenciar que los emprendedores en su mayoría crean su emprendimiento en base a lo poco que conocen y no con bases que propone el Ministerio de Turismo.
- La planificación turística no se relaciona con la oferta turística, los prestadores de servicio mencionan que al realizar una planificación tienen en claro cada uno de los objetivos que desean cumplir al crear su negocio y evitaran el fracaso.

5.2 Recomendaciones

- Realizar un seguimiento y monitoreo continuo a los emprendimientos de la parroquia Pelileo Grande, a través del GAD Pelileo, departamento de turismo, MINTUR, es fundamental dar atención y soluciones a factores como: seguridad, seguimiento a la gestión de calidad, marketing, atención al cliente, normas de higiene, además realizar evaluaciones periódicas para evaluar la calidad de los servicios que ofertan los emprendimientos y su infraestructura tiene las óptimas condiciones, permitiendo así satisfacer las necesidades de los turistas e incrementar el turismo local en la parroquia.
- Realizar capacitaciones adecuadas para los emprendimientos y la manera adecuada de como registrarse en los catastros del GAD de Pelileo, también el manejo adecuado de las técnicas de atención al cliente, maneras de innovar, calidad, Toma de decisiones de esta manera se llamará la atención de los turistas y se podrá dejar de considerar a la parroquia un lugar de paso.
- Realizar un determinado seguimiento al entorno en el cual está inmerso los emprendimientos de la parroquia, de esta manera se aprovecharán cada uno de los recursos, en este caso el recurso más grande que tiene la parroquia es las prácticas religiosas y se las debe difundir de maneras innovadoras para tener un gran incremento de la demanda, considerando que la religión es uno de los aspectos que moviliza a un sin número de turistas.
- Se sugiere que se brinde una mayor información a los emprendedores acerca de las bases propuestas por el Ministerio de Turismo para la creación de emprendimientos turísticos, lo cual permite la mejora de la actividad emprendedora en la zona.

- Aplicar la propuesta generada en esta investigación permitirá generar proyectos turísticos de calidad y facilitar el ingreso a los catastros del GAD, lo que contribuirá a cumplir con los objetivos deseados al crear un negocio turístico y evitar el fracaso. Es importante que las autoridades locales, los emprendedores y la comunidad en general trabajen juntos para lograr un turismo sostenible y de calidad en la parroquia Pelileo Grande.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

Título

Diseño de una guía para el registro de emprendimientos turísticos en los catastros del GAD del cantón Pelileo.

Introducción

Los resultados obtenidos en esta investigación indican que no existe una relación significativa entre el emprendimiento y los diferentes factores de la oferta turística. Sin embargo, se ha demostrado que los emprendimientos pueden tener un alto impacto en la oferta turística, debido a la elevada tasa de espíritu emprendedor (TEA) que se evidencia en la muestra estudiada en la parroquia Pelileo Grande.

La principal falencia que se encontró, es que los emprendedores turísticos en su mayoría brindan sus productos y servicios sin estar dentro del registro del catastro del GAD del cantón Pelileo, por lo tanto, estos establecimientos no cuentan con los documentos y requerimientos que solicita el Ministerio de Turismo para su adecuado funcionamiento.

Pelileo Grande al ser una parroquia entrañable y custodiada por la madre Tungurahua, posee una cantidad de recursos históricos turísticos bastante relevantes, gracias a estos se puede optar para conformar la guía para el registro de emprendimientos turísticos, creando una alternativa para los emprendedores que realizan prácticas turísticas.

Por lo tanto, se plantea la siguiente propuesta, cuya prioridad es desarrollar una guía para el registro de emprendimientos turísticos en la parroquia Pelileo Grande, es un instrumento que busca facilitar a los emprendedores el ingreso a los catastros del GAD del cantón Pelileo y puedan prestar sus servicios y productos sin ninguna dificultad, para generar un turismo local con su riqueza turística que tiene la parroquia Pelileo Grande mejorando la calidad de vida de los prestadores de servicios.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar una guía para el registro de emprendimientos turísticos en el GAD cantón Pelileo.

Objetivos Específicos

- Definir a los beneficiarios para quienes servirá la guía.
- Levantar información sobre el estado actual de los emprendimientos.
- Elaboración de la guía para la creación de emprendimientos y para facilitar el ingreso a los catastros de Ministerios de Turismo, y funcionar con documentación en regla.

Desarrollo de la propuesta

Definición de los beneficiarios

Esta guía beneficiara a las personas quienes deseen crear un emprendimiento o personas que ya tengan sus emprendimientos establecidos, pero no cuentan con los requisitos necesarios para funcionar de manera correcta, y tampoco estén formando parte de los registros del departamento de Turismo.

Levantar información sobre el estado actual de los emprendimientos.

En la parroquia de Pelileo Grande los emprendimientos turísticos en su mayoría no se encuentran registrados en los catastros del municipio del cantón Pelileo y el Ministerio de Turismo. Por motivos de requisitos no realizar los trámites para catastrarse en el municipio y optan por laborar sin documentos en regla.

Elaboración de la guía para el registro de emprendimientos

Temas que contemplará la guía para el registro del emprendimiento turístico en la parroquia Pelileo Grande

La guía pretende ser una herramienta que facilite el registro de los emprendimientos y permita el desarrollo de negocios turísticos innovadores y de un alto éxito sostenible.

El emprendedor

Objetivo: Conocer cuál es el perfil del emprendimiento, las características que debe tener un emprendedor y su motivación

¿Por qué desarrollar emprendimientos turísticos?

Si se analizan los indicadores potenciales de recursos turísticos que posee la parroquia Pelileo Grande, se puede tener un panorama más claro acerca del por qué se deben desarrollar proyectos de emprendimiento turístico y su adecuado registro para contar con las oportunidades que pueden brindarle el GAD del cantón Pelileo.

- La temática abarcara factores como:
- Competencia a nivel nacional y regional
- Políticas económicas para el desarrollo
- Marco jurídico e incentivos
- Articulación publico privado
- Marco de sostenibilidad económica y ambiental

Perfil de un emprendedor turístico exitoso

-Debe siempre estar motivado al con una visión creativa y ambiciosa, siempre creyendo en su proyecto y el desarrollo del mismo.

- Debe impulsar cualidades como el carácter empresarial,

- Estar dispuesto a permanecer en constante aprendizaje empresarial en temas de desarrollo de emprendimientos turísticos

Pasos para emprender turísticamente con prosperidad

- Definir ideas con valores potenciales, que le permitan al emprendedor desarrollar productos o servicios.
- Definir y dar solución a problemas.
- Definir motivos organizacionales, aprender a satisfacer necesidades y deseos del cliente.
- Pensar en grande y con ambición, trabajar en equipo y conocer el público objetivo.

Motivación

Es importante proveer de instrumentos para canalizar las acciones de los emprendedores/as potenciales para obtener el éxito. Las sociedades civiles, instituciones y organizaciones no gubernamentales ofrecen apoyos para emprendimientos, que contemplan recursos económicos y financieros como programas de capacitación y asesoramiento.

Para Berenstein (2019) basándose en el trabajo de Paulo Coelho clasifica a las características del emprendedor:

- Impaciencia
- Conciencia
- Innovación
- Pragmatismo
- Aprendizaje
- Contagio
- Perseverancia

¿Qué motiva al emprendedor?

Disfrutar de independencia, libertad o autonomía

Aumentar el nivel de ingresos económicos

Desarrollar ideas mediante el progreso y consolidación de un proyecto

Dejar un legado a sus hijos

Desarrollo de una imagen personal y un estatus social

Crear sociedades que permitan el progreso del emprendimiento turístico

Crear fuentes de trabajo

Mejorar la calidad de vida personal, familiar y social

Estabilidad y seguridad económica

Procedimientos

Objetivo: Conocer los pasos más relevantes al momento de emprender un negocio de carácter turístico.

Identificar un negocio

Actividades turísticas: Estas deben ser tareas que no le cuesten al emprendedor trabajo realizarlas, las cuales deben provocar motivación pasión y en la cual el emprendedor pueda ser creativo.

¿Qué es el valor?

Esto es el valor monetario que los turistas dispuestos a pagar por las actividades o productos que oferten los emprendimientos.

Realiza un análisis de mercado: En este apartado se debe analizar las ventajas competitivas del emprendimiento a desarrollar, determinar el valor por departamentos que tenga el negocio, será factible, etc.

Herramientas de marketing

Para este apartado se necesita como aspecto importante ya sean productos o servicios, los cuales deben garantizar experiencias inolvidables y dar trataos afables

haciendo que el cliente se sienta en casa. Después se debe buscar los medios por los cuales se va a dar a conocer cada uno de los productos o servicios que oferta.

Hay que tomar en cuenta la relación precio – calidad, ya que es importante al momento de comercializar el producto o servicio, deben estar acorde a las necesidades del consumidor.

Recursos que se puede aprovechar en la parroquia

Recursos naturales

Recursos religiosos

Los recursos son bienes, tangibles e intangibles, que hacen posible la actividad turística.

Servicios turísticos

Mantener estándares de calidad

Considerar la relación de la calidad de un producto, el personal que lo oferta y el servicio.

Rentabilidad

Satisfacer las necesidades del cliente.

Innovación

Es un aspecto sumamente importante al momento de desarrollar un emprendimiento turístico. En la actualidad la competencia de mercado es muy fuerte, esto se da gracias a la evolución de la tecnología, se han desarrollado herramientas de promoción y difusión, que está a la mano del cliente y con estándares de calidad.

Marco Legal

Objetivo: Asesorar generalizadamente sobre los procesos que ejercen los entes reguladores del emprendimiento turístico y en base a la ley orgánica de emprendimiento, educación e innovación turística.

Tabla 13

Ficha de la guía

| | | |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------|
| Nombre del emprendimiento | | |
| Servicios que desea ofertar / oferta | | |
| Actividades que se puede realizar | | |
| Propietario | | |
| Teléfono | | |
| Sector: | | |
| Punto de referencia | | |
| Infraestructura (Instalaciones físicas y dotación de bienes) | | |
| Servicios higiénicos | Personal que trabaja en el emprendimiento | Turistas |
| Garaje | | |
| Recepción | Equipos de computación Muebles Equipos de seguridad | |
| Equipos de mantenimiento | | |
| Señaléticas | | |
| Accesibilidad | | |

Opciones de emprendimiento en Turismo

Figura 8

Opciones de emprendimiento en Turismo



Información legal y tributaria para la creación y funcionamiento de empresas turísticas

Naturaleza de la empresa

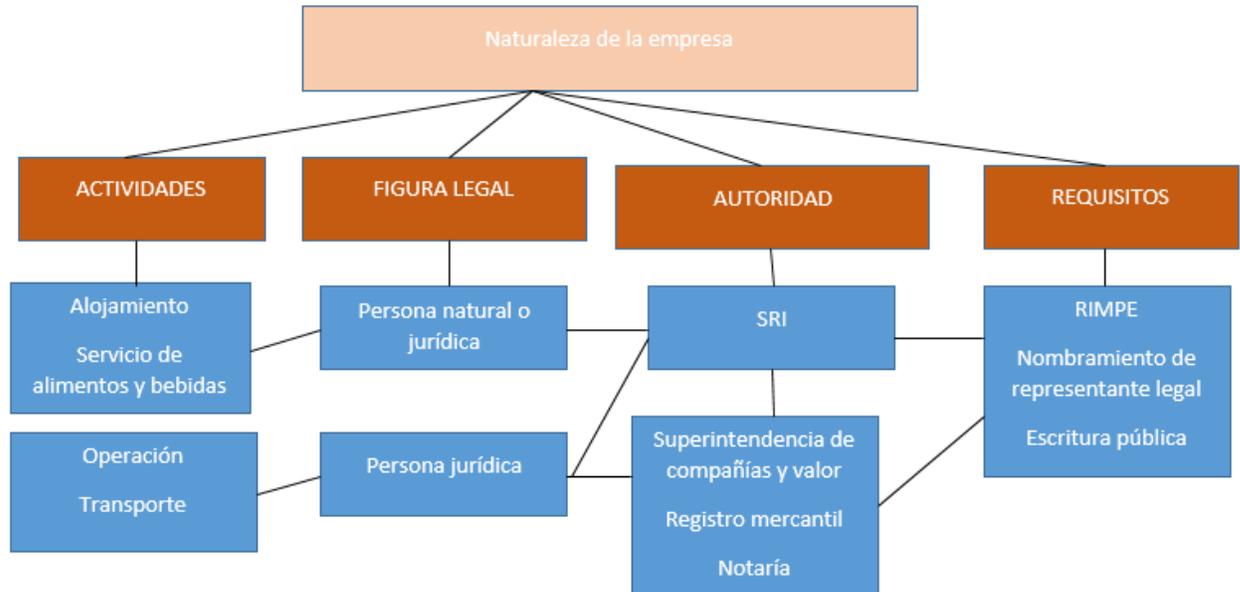
Se debe tener establecido la actividad que se va a desarrollar

Analizar la forma legal más adecuada.

Realizar los procesos que solicite la autoridad competente.

Figura 9

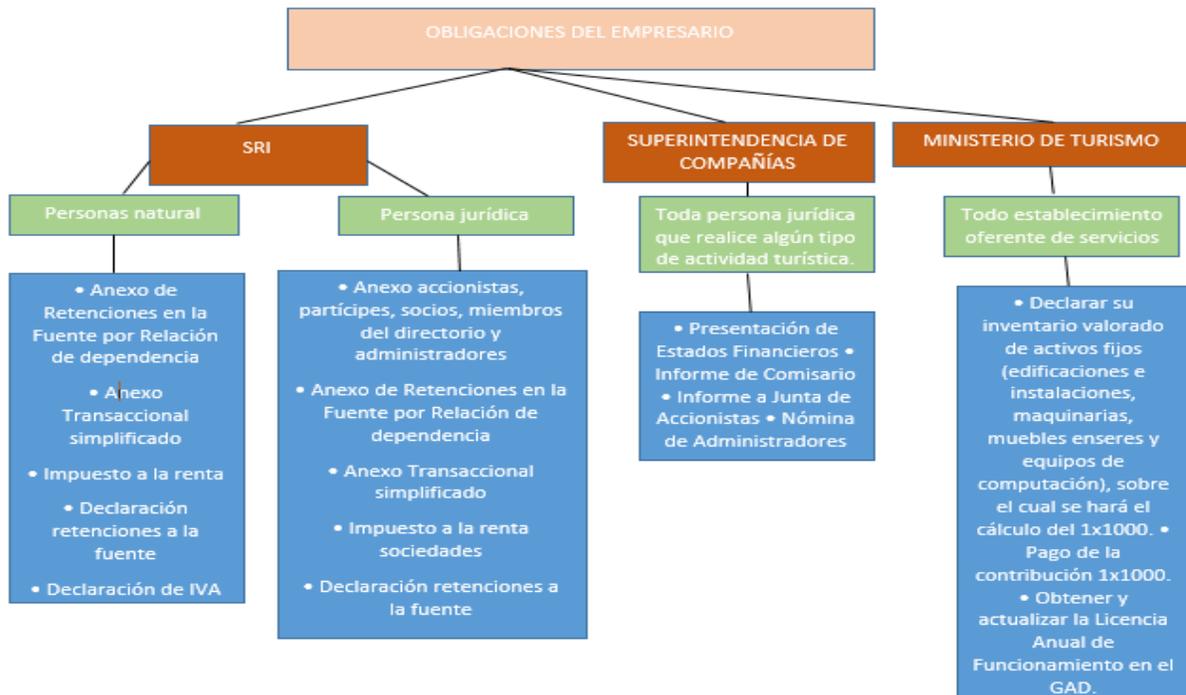
Naturaleza de la empresa



Obligaciones del empresario

Figura 10

Obligaciones del empresario



El emprendedor tiene ciertas obligaciones con el Estado que debe cumplirlas para llevar a cabo su negocio:

Mensuales

Declaración mensual de impuestos retenidos en fuente.

Impuestos al valor agregado IVA.

Preparación y declaración mensual de Anexo Transaccional.

Anuales

Preparación y declaración del impuesto a la patente

Análisis de cálculos y registros de la provisión de impuesto a la renta y del anticipo del impuesto a la renta por el año posterior a dicha declaración.

Elaboración y transmisión de informes al Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración Impuesto a la renta.

Obligaciones del empresario con personal bajo relación de dependencia

Figura 11

Obligaciones del empresario con personal bajo relación de dependencia



Habilitantes para el funcionamiento: Municipales

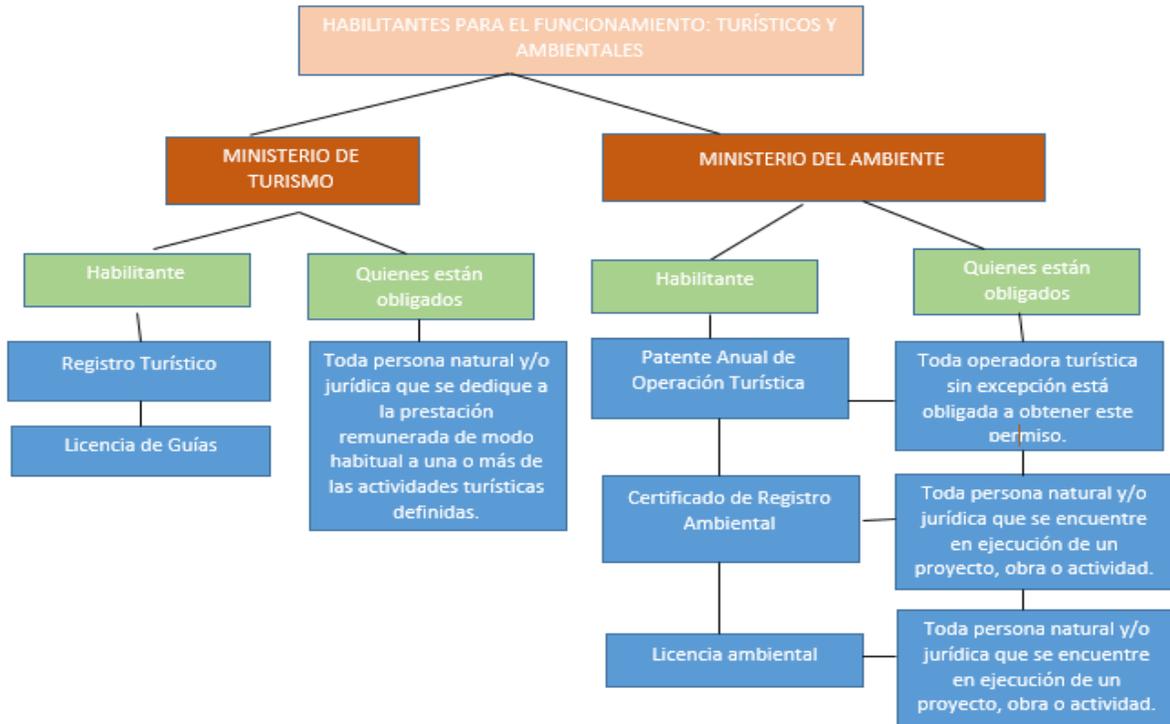
Figura 12

Habilitantes para el funcionamiento: Municipales

| HABILITANTES PARA EL FUNCIONAMIENTO: MUNICIPALES | | |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| HABILITANTE | | QUIENES ESTAN OBLIGADOS |
| GAD MUNICIPAL | Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) | Toda persona natural o jurídica que se dedique a la prestación de servicios turísticos. |
| | Patente Municipal | Toda persona natural o jurídica, sociedad nacional o extranjera, domiciliada o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal que ejerzan permanentemente actividades económicas. |
| | Permiso de Uso de Suelo o Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo | Toda persona natural o jurídica, que requiera iniciar algún tipo de actividad turística. |
| | Aprobación de Planos | Toda persona natural o jurídica, que requiera ejecutar obras arquitectónicas para el establecimiento de su empresa y operación de sus actividades turísticas. |
| | Permisos de Construcción | Toda persona natural o jurídica, que requiera iniciar algún tipo de actividad turística. |
| BOMBEROS | Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos | Toda persona natural o jurídica, que requiera iniciar algún tipo de actividad turística. |

Habilitantes para el funcionamiento: turísticos y ambientales
Figura 13

Habilitantes para el funcionamiento: turísticos y ambientales



Línea de apoyo al emprendedor

El Ministerio de Turismo, ofrece al emprendedor turística asesoría técnica para el desarrollo de su emprendimiento, la cual se brinda en las diferentes coordinaciones zonales y oficinas desconcentradas a nivel nacional.

Figura 14

Línea de apoyo al emprendedor



BIBLIOGRAFÍA

- AEI. (2020). *Alianza para el emprendimiento e innovación*. Emprender: https://unctad.org/system/files/official-document/epf_npd02_Ecuador_es.pdf
- Agualongo, K. (2019). *Repositorio Unach*. Repositorio Unach: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6264/1/productos%20tur%20c3%8dsticos%20Y%20oferta%20del%20cant%20c3%93N%20pelileo%20c%20provincia%20de%20tungurahua%20%282%29.pdf>
- Albán, H. P. (2019). *Repositorio Unach*. Repositorio Unach: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5697/1/unach-ec-ing-gest-tur-2019-0030.pdf>
- Colina, J. M. (02 de 09 de 2014). *Mercadeo Turístico*. Concepto d eproducto: https://www.ucipfg.com/Repositorio/mgts/mgts14/mgtsv-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf
- Corvo, H. S. (2021). *Lifeder*. Lifeder: <https://www.lifeder.com/oferta-turistica/>
- De la Rosa, M. (06 de 2021). *Repositorio Universidad de Sevilla*. Facultad de Turismo y Finanzas: <https://docplayer.es/223573968-Facultad-de-turismo-y-finanzas-grado-en-turismo.html>
- Berenstein, M. (28 de 01 de 2019). *Emprendedores*. Obtenido de Las características del emprendedor, según Paulo Coelho: <https://emprendedoresnews.com/emprendedores/las-caracteristicas-del-emprendedor-segun-paulo-coelho.html>
- Cantillon, R. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y. *Universitaria Konrad Lorenz*.
- GEM. (2019). *GEM*. Obtenido de Actividad emprendedora.
- Gestionpolis. (12 de 11 de 2020). *El Plan de Negocios, qué es, beneficios, características, formulación y estructura*. Obtenido de Gestionpolis: <https://www.gestipolis.com/que-es-un-plan-de-negocios/>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (01 de 07 de 2020). *Repositorio empresa de investigación saberes y conocimientos*. Obtenido de Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción):

- file:///C:/Users/Personal/Downloads/Dialnet-
MetodologiasDeInvestigacionEducativaDescriptivasEx-7591592.pdf
- IDT. (2020). *Instituto distrital de Turismo*. Obtenido de Infraestructura turística:
<https://www.idt.gov.co/es/infraestructura-turistica>
- INEC. (2010). *Resultados del censo 2010*. Obtenido de Fásiculo provincial Tungurahua :
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>
- MINTUR. (2018). *Manua atractivos turísticos*. Obtenido de Producto turístico:
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/manual-atractivos-turisticos.pdf>
- MINTUR. (2018). *Manual de atractivo turísticos*. Obtenido de Atractivo turístico:
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/manual-atractivos-turisticos.pdf>
- MINTUR. (2018). *Manual de Atractivos Turísticos*. Obtenido de Recurso Turístico :
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/manual-atractivos-turisticos.pdf>
- Moreno, E. (09 de 04 de 2018). *Tesis de investigación científica* . Obtenido de Investigación correlacional:
<https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2018/04/investigacion-correlacional.html>
- Polanco, D., Araujo, M., Portugal, C., Guamialamá, J., Valdes, M., & Duque, D. (2019). Análisis del emprendimiento turístico en Ecuador y su impacto en la sociedad. Caso de estudio: empresas familiares en la parroquia de Mindo. *Siembra*.
- Ramírez, C. (09 de 2017). *Universidad tecnológica Nacional*. Obtenido de Servicio turístico:
<http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Reyes, L., & Carmona, A. (2020). *Repositorio Universidad Simón Bolívar*. Obtenido de La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio:
<https://hdl.handle.net/20.500.12442/6630>
- Rus, E. (1 de 11 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Investigación de campo:
<https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-campo.html>

Socatelli, M. A. (15 de 07 de 2017). *Intermark* . Obtenido de Consultores en Turismo:
<https://www.ucipfg.com/Repositorio/mgts/mgts15/mgtsv15-07/semana3/LS3.3.pdf>

Terry, G. (2019). *Producto turistico* . Obtenido de
<https://www.terryconsultores.com/2021/02/11/productos-turisticos/>

UECOTEC. (2018). *Uecotec*. Obtenido de Servicios turisticos:
https://ecotec.edu.ec/material/material_2018F1_TUR162_01_101792.pdf

UNWTO. (2019). *World Tourism Organization* . Obtenido de UNWTO Tourism Definitions | Définitions du tourisme de l'OMT | Definiciones de turismo de la OMT:
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858#:~:text=La%20calidad%20de%20un%20destino,contractuales%20mutuamente%20acordadas%2C%20y%20factores>

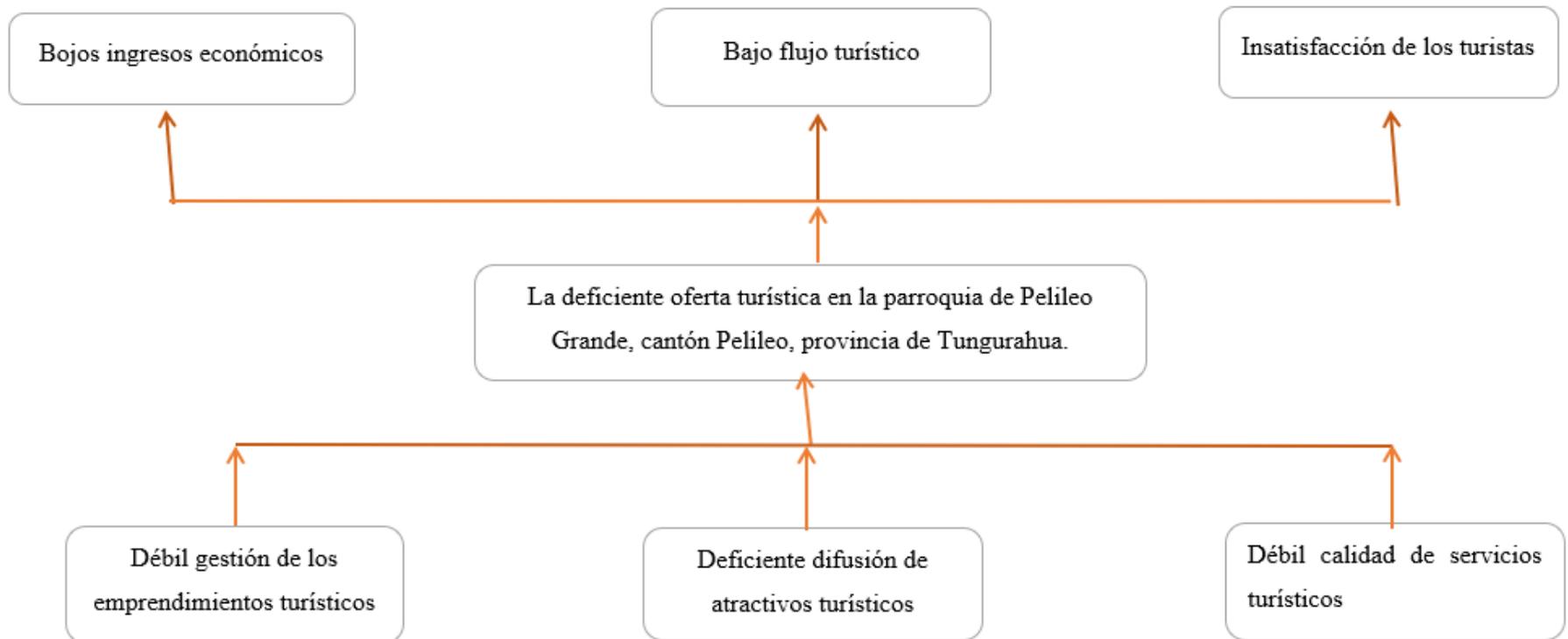
World Tourism Organization (unwto) (Ed.). (2019). *Unwto Tourism Definitions / Définitions du tourisme de l'OMT | Definiciones de turismo de la OMT*. World Tourism Organization (UNWTO).

ANEXOS

7.1 Anexo 1. Árbol de problemas

Figura 15

Árbol de problemas



7.2 Anexo 2. Formato encuesta variable independiente: Emprendimiento



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

Encuesta dirigida a los emprendedores turísticos de la parroquia de Pelileo Grande

Formulario N° _____ Fecha de la encuesta _____

Encuestador _____

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recopilar datos estadísticos que contribuyan con la investigación sobre “**Emprendimiento turístico**” en la parroquia Pelileo Grande.

INSTRUCCIONES Y CONFIDENCIALIDAD

- Marque con un X según considere su criterio.
- Responda con la mayor sinceridad del caso.
- Completar todos los espacios que se requiere.
- Su opinión es de suma importancia para el desarrollo favorable de la presente encuesta sobre emprendimiento turístico en la parroquia de Pelileo Grande.
- Esta encuesta es de carácter anónima, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y los funcionarios se comprometen a mantener la reserva del caso.

INFORMACIÓN

Jahaira kathyne Rujel Punguil
jahaira.rujel@unach.edu.ec

A. INFORMACIÓN GENERAL

1. Edad:

1. () 20-24
2. () 25-29
3. () 30-34
4. () 35-39
5. () 40 -44
6. () 45- 49
7. () más de 50

2. Sexo

1. () Masculino
2. () Femenino

3. ¿Cuál es su nivel de educación?

1. () Primaria
2. () Secundaria
3. () Superior no universitaria
4. () Superior universitaria
5. () Maestría
6. () Doctorado (PhD)

B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

4. Califique según su criterio cada aspecto del emprendedor, entorno turístico, actividad emprendedora y planificación turística en el desarrollo de emprendimientos turísticos en la parroquia Pelileo Grande.

Escala de calificación:

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------|------|-------|------|----------|
| Muy baja | Baja | Media | Alta | Muy alta |

Variable Independiente: Emprendimiento Turístico

| N° | Dimensiones / Ítems | Escala | | | | |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------|-------|------|----------|
| | | Muy baja | Baja | Media | Alta | Muy Alta |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Emprendedor | | | | | |
| 1.1 | Su experiencia en el desarrollo de planes de negocios es: | | | | | |
| 1.2 | Su liderazgo en el desarrollo del emprendimiento es: | | | | | |
| 1.3 | La toma de iniciativa para emprender es: | | | | | |
| 1.4 | El nivel de eficiencia al emprender es: | | | | | |
| 1.5 | La capacitación del personal dentro de su emprendimiento es: | | | | | |
| 2 | Entorno turístico | | | | | |
| 2.1 | La innovación en su emprendimiento turístico es: | | | | | |
| 2.2 | ¿Cuál es el nivel de creatividad aplicada en su emprendimiento turístico? | | | | | |
| 2.3 | ¿Cuál es el nivel de seguridad en la parroquia Pelileo Grande? | | | | | |
| 2.4 | La calidad de los servicios básicos públicos en la parroquia Pelileo grande es: | | | | | |
| 3 | Actividad emprendedora | | | | | |
| 3.1 | ¿Cuál es el nivel de satisfacción que presentan los turistas al visitar su emprendimiento? | | | | | |
| 3.2 | Las preferencias de sus clientes por su emprendimiento son: | | | | | |
| 4 | Planificación turística | | | | | |
| 4.1 | El impacto de su emprendimiento turístico en la parroquia de Pelileo Grande es: | | | | | |
| 4.2 | El acceso a las estadísticas sobre turismo en la parroquia Pelileo Grande es: | | | | | |
| 4.3 | Las capacitaciones para emprender (atención al cliente, prestación de servicios, difusión, etc.) en la parroquia Pelileo Grande es: | | | | | |

C. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

5. ¿Cuál fue su motivación para emprender?

1. () Mejorar su calidad de vida
2. () Aportar a la sociedad
3. () Mejorar su estatus social
4. () Mejorar los ingresos económicos
5. () Otros. ¿Cuáles?.....

6. ¿Cree usted que en la parroquia Pelileo Grande se puede crear emprendimientos que oferten diferentes servicios turísticos?

1. () Si
2. () No

7. ¿Qué emprendimientos turísticos cree usted que se deben crear en la parroquia Pelileo Grande? Seleccione uno o varios.

1. () Alimentación
2. () Recreación
3. () Guianza
4. () Transporte
5. () Alojamiento
6. () Otros ¿Cuáles?.....

8. ¿Considera usted que los emprendedores de la parroquia Pelileo Grande están capacitados para la prestación de productos y servicios turísticos?

1. () Nada capacitados
2. () Poco capacitados
3. () Medianamente capacitados
4. () Capacitados
5. () Muy capacitados

9. ¿Qué servicios oferta usted en su emprendimiento?

1. () Alimentos y bebidas
2. () Recreación
3. () Guianza
4. () Transporte
5. () Alojamiento
6. () Otros ¿Cuáles?.....

10. ¿Por qué medios de comunicación promociona su emprendimiento?

1. () Televisión
2. () Amigos
3. () Instagram

2. Sexo

1. () Masculino

2. () Femenino

3. ¿Cuál es su nivel de educación?

1. () Primaria

2. () Secundaria

3. () Superior no universitaria

4. () Superior universitaria

5. () Maestría

6. () Doctorado (PhD)

4. ¿Cuál es su procedencia?

1. () Nacional Provincia:.....

2. () Internacional Ciudad:

B. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

5. Califique según su criterio los servicios turísticos, productos turísticos, infraestructura y recursos turísticos en el desarrollo de la oferta turística en la parroquia Pelileo Grande, cantón Pelileo Provincia de Tungurahua, marcando con una X mediante la siguiente escala:

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| Muy malo | Malo | Bueno | Muy bueno | Excelente |

Variable Dependiente: Oferta Turística

| N° | Dimensiones / Ítems | Escala | | | | |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------|-------|-----------|-----------|
| | | Muy malo | Malo | Bueno | Muy bueno | Excelente |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Servicios Turísticos | | | | | |
| 1.1 | El nivel de calidad en la prestación de los servicios en el emprendimiento es: | | | | | |
| 1.2 | La innovación en la prestación del servicio turístico en el emprendimiento es: | | | | | |
| 1.3 | El servicio de alimentación es: | | | | | |
| 1.4 | El servicio de transporte es: | | | | | |
| 1.5 | El servicio de guianza es: | | | | | |
| 1.6 | El servicio de alojamiento es: | | | | | |
| 1.7 | El servicio de recreación es: | | | | | |
| 2 | Atractivos Turísticos | | | | | |
| 2.1 | ¿En qué estado se encuentran los atractivos turísticos naturales dentro del emprendimiento ¿ | | | | | |
| 2.2 | ¿En qué estado se encuentran los atractivos turísticos culturales en el emprendimiento? | | | | | |
| 2.3 | Las facilidades turísticas en el emprendimiento turístico son: | | | | | |
| 3 | Infraestructura | | | | | |
| 3.1 | Califique la calidad de facilidades turísticas que posee la parroquia Pelileo Grande | | | | | |
| 3.2 | Califique los servicios básicos que cuenta el emprendimiento turístico en la parroquia Pelileo Grande | | | | | |
| 3.3 | Las vías de acceso con las que cuenta la parroquia Pelileo Grande para acceder al emprendimiento son: | | | | | |
| 3.4 | Califique la accesibilidad en los emprendimientos turísticos de la parroquia Pelileo Grande | | | | | |
| 4 | Recursos Turísticos | | | | | |
| 4.1 | La conservación de los recursos naturales de la parroquia Pelileo Grande es: | | | | | |
| 4.2 | Los recursos culturales de la parroquia Pelileo Grande es: | | | | | |
| 4.3 | Las prácticas religiosas en la parroquia Pelileo Grande es: | | | | | |
| 5 | Calidad | | | | | |
| 5.1 | El nivel de satisfacción de sus necesidades al visitar de la parroquia Pelileo Grande es: | | | | | |
| 5.2 | Los servicios prestados en el emprendimiento son: | | | | | |
| 5.3 | El nivel de seguridad que se brinda al turista en la parroquia Pelileo Grande es: | | | | | |
| 5.4 | La empatía que demuestran los prestadores de servicios turísticos en la parroquia Pelileo Grande es: | | | | | |

C. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

6. ¿Le gustaría visitar los emprendimientos turísticos que oferta la parroquia de Pelileo Grande?

1. () Si
2. () No

7. ¿Qué servicios turísticos le gustaría que se le oferte?

1. () Alimentos y bebidas
2. () Guianza
3. () Alojamiento
4. () Recreación
5. () Transporte
6. () Otros ¿Cuál?.....

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios prestados en el emprendimiento?

1. () Entre \$5-\$10
2. () Entre \$11 - \$15
3. () Entre \$16- \$20
4. () Mas de \$20

9. ¿Cuánto tiempo destina para realizar un viaje?

1. () 1 día
2. () De 1 a 2 días
3. () De 2 a 3 días
4. () De 3 a 4 días

10. ¿Por qué medios de comunicación se informa usted de los emprendimientos turísticos de la parroquia de Pelileo Grande?

1. () Televisión
2. () Amigos
3. () Instagram
4. () Facebook
5. () WhatsApp
6. () Páginas web
7. () Agencias de viaje
8. () Otros ¿Cuáles?.....
- 9.

Observaciones

.....
.....

7.4 Anexo 4. Tabulación de variable independiente: Emprendimiento

Información General

Edad de los emprendedores

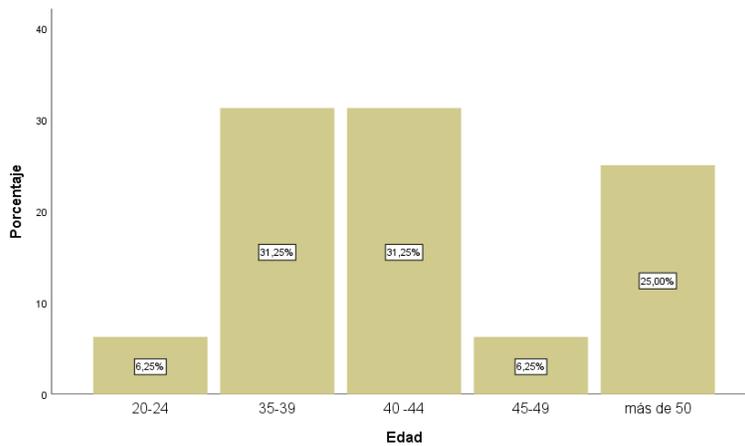
Tabla 14

Edad de los emprendedores

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid | 20-24 | 1 | 6,3 | 6,3 | 6,3 |
| o | 35-39 | 5 | 31,3 | 31,3 | 37,5 |
| | 40 -44 | 5 | 31,3 | 31,3 | 68,8 |
| | 45-49 | 1 | 6,3 | 6,3 | 75,0 |
| | más de 50 | 4 | 25,0 | 25,0 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 16

Edad de los emprendedores



Se puede observar que, un 31,25% corresponde a las edades de 35-39 y 40-44, el 25% es de más de 50 años, seguido por el 6,25% que representa a las edades de 20-24 años y 45-49 años. Los datos finales dan como resultado que las edades de los emprendedores esta de entre los 35 – 44 años de edad.

Género

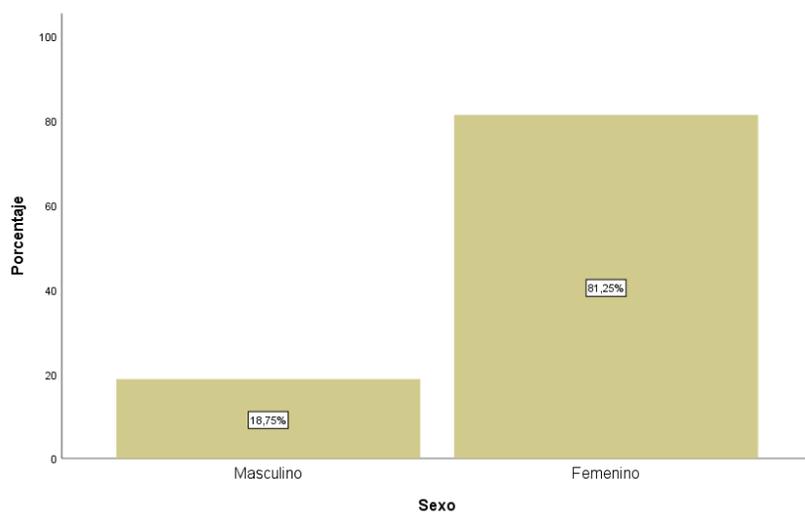
Tabla 15

Genero de los emprendedores

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Masculino | 3 | 18,8 | 18,8 | 18,8 |
| | Femenino | 13 | 81,3 | 81,3 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 17

Género de los emprendedores



En el grafico número 2 se puede observar que el 81,25% de los encuestados emprendedores corresponde al sexo femenino y el 18,75% de los mismos pertenecen al sexo masculino.

Nivel de educación

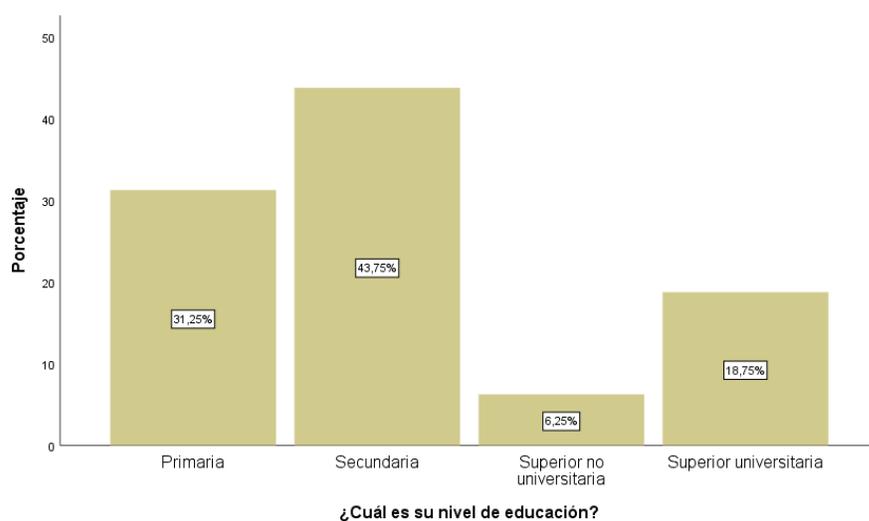
Tabla 16

Nivel de educación

| | | Frecuenci a | Porcentaj e | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|---------------------------|----------------|----------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Primaria | 5 | 31,3 | 31,3 | 31,3 |
| | Secundaria | 7 | 43,8 | 43,8 | 75,0 |
| | Superior no universitaria | 1 | 6,3 | 6,3 | 81,3 |
| | Superior universitaria | 3 | 18,8 | 18,8 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 18

Nivel de educación



Se puede observar que el 43,75% corresponde a los emprendedores con un nivel de educación secundaria, un 31,25 % representando al nivel de educación de primaria, un 18,75% a superior universitaria y un 6,25% superior no universitaria. Como resultado tenemos que en un porcentaje mayor que es el 44% de los encuestados tiene el nivel de educación de secundaria.

Información específica

Emprendedor

Experiencia en planes de negocio

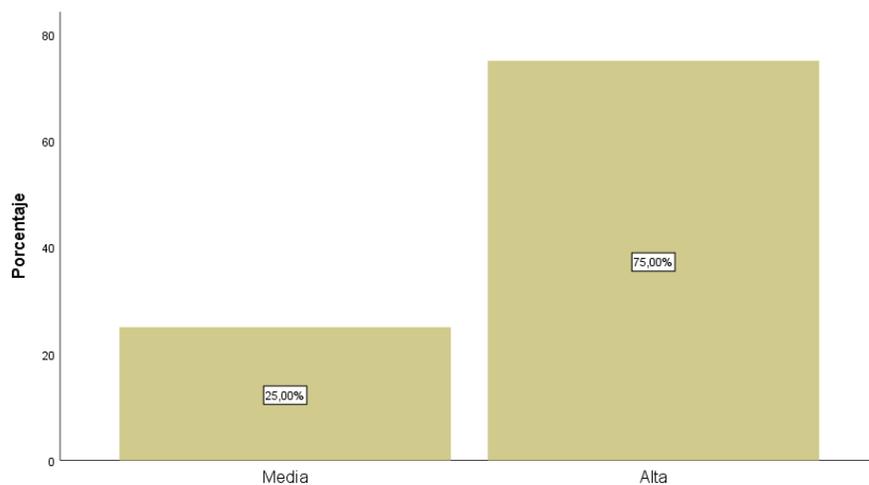
Tabla 17

Experiencia en planes de negocio

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Medi a | 4 | 25,0 | 25,0 | 25,0 |
| | Alta | 12 | 75,0 | 75,0 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 19

Experiencia en planes de negocio



Su experiencia en el desarrollo de planes de negocio es:

Es evidente que la experiencia en planes de negocio está en, un 75% representada como alta y un 25% con una experiencia media. Concluyendo así, que en la mayoría de emprendedores de la parroquia Pelileo Grande tiene una experiencia en planes de negocio de un 75% que representa como alta.

Liderazgo

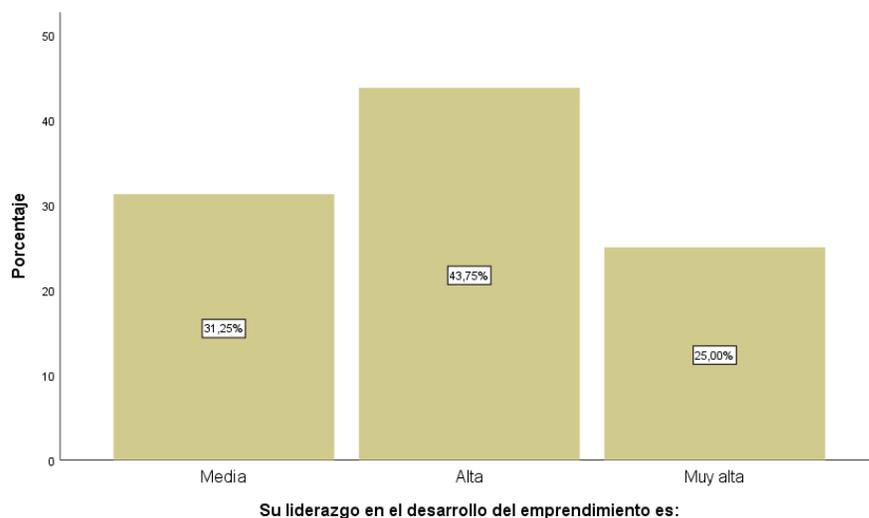
Tabla 18

Liderazgo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Media | 5 | 31,3 | 31,3 | 31,3 |
| | Alta | 7 | 43,8 | 43,8 | 75,0 |
| | Muy alta | 4 | 25,0 | 25,0 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 20

Liderazgo



Como resultado se obtiene que el porcentaje más alto de los encuestados sobre liderazgo en la parroquia Pelileo Grande es, un 43,75% afirma que el liderazgo se considera como alta en su emprendimiento, un 31,25% como media y un 25% representa a muy alta. Observando así que el liderazgo al ser un punto importante al momento de emprender, en la parroquia está en un porcentaje aceptable que es del 44% siendo alta.

Toma de iniciativa al emprender

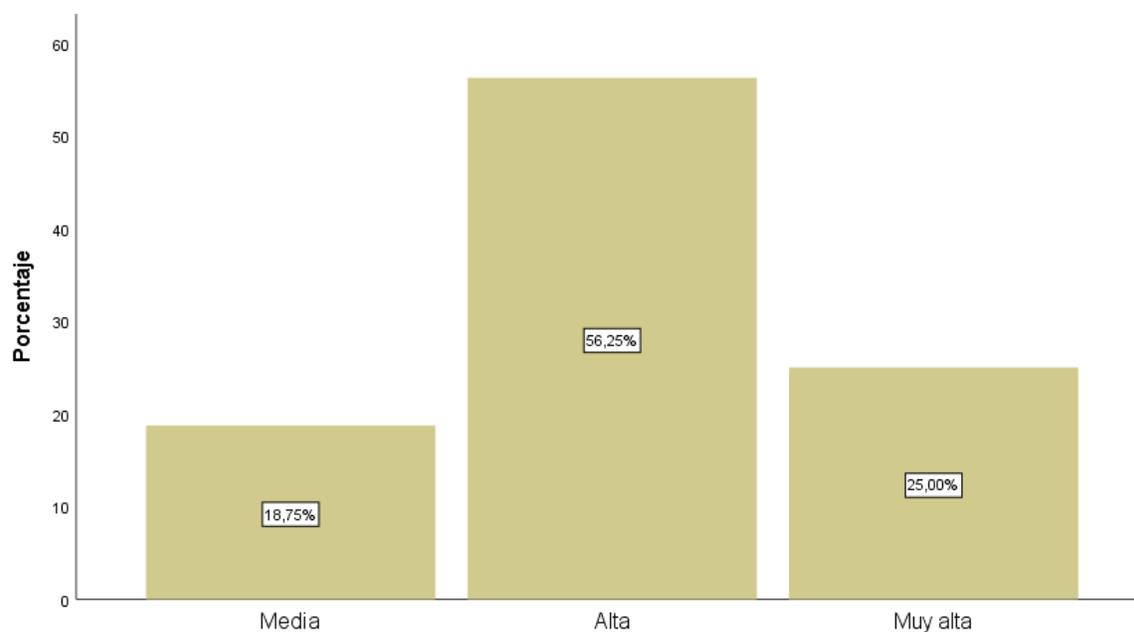
Tabla 19

Toma de iniciativa al emprender

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Media | 3 | 18,8 | 18,8 | 18,8 |
| | Alta | 9 | 56,3 | 56,3 | 75,0 |
| | Muy alta | 4 | 25,0 | 25,0 | 100,0 |
| Total | | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 21

Toma de iniciativa al emprender



La toma de iniciativa para emprender es:

La toma de iniciativa en los emprendedores de la parroquia de Pelileo Grande está representada por, un 56,25% afirma que esta es alta, seguida por un 25% que representa a muy alta y un 18,75% que corresponde a media. Obteniendo así que la toma de iniciativa al momento de emprender es considerada como alta.

Nivel de eficiencia

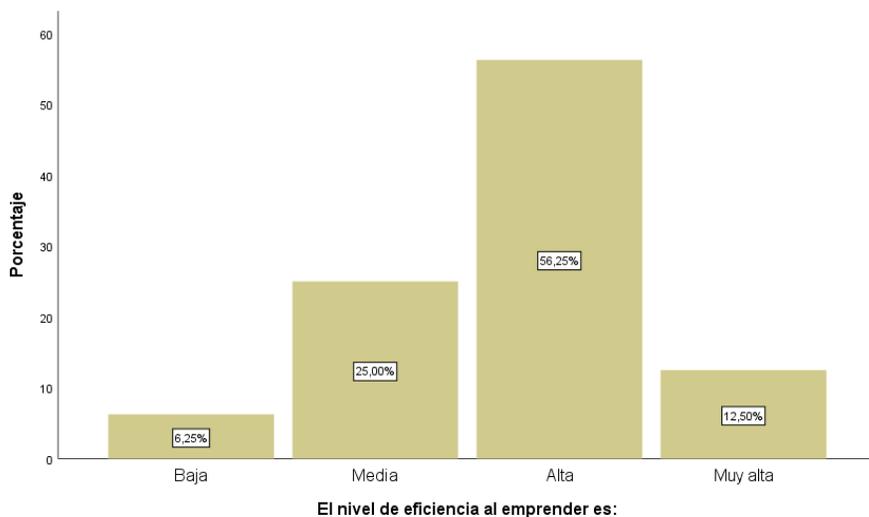
Tabla 20

Nivel de eficiencia

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Baja | 1 | 6,3 | 6,3 | 6,3 |
| | Media | 4 | 25,0 | 25,0 | 31,3 |
| | Alta | 9 | 56,3 | 56,3 | 87,5 |
| | Muy alta | 2 | 12,5 | 12,5 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 22

Nivel de eficiencia



El 56,25% del total de los encuestados menciona que el nivel de eficiencia se lo califica como alta, un 25% la califica como media, el 12,50% está representado por muy alta y un 6,25% como baja. Es decir, que en su mayoría califica el nivel de eficiencia como alta, y es una calificación aceptable.

Capacitación personal

Tabla 21

Capacitación personal

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Media | 4 | 25,0 | 25,0 | 25,0 |
| | Alta | 9 | 56,3 | 56,3 | 81,3 |
| | Muy alta | 3 | 18,8 | 18,8 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 23

Capacitación personal



Un 56,25% de los emprendedores afirma que la capacitación del personal que está laborando dentro de los emprendimientos tienen una capacitación alta, un 25% tienen una capacitación media y un 18,75% dice que es muy alta. Dando así, como resultado que la capacitación del personal de los emprendimientos encuestados de la parroquia de Pelileo Grandes tiene un resultado positivo, ya que esta con el porcentaje más alto que es el 56,25% representando como alta.

Entorno turístico

Innovación

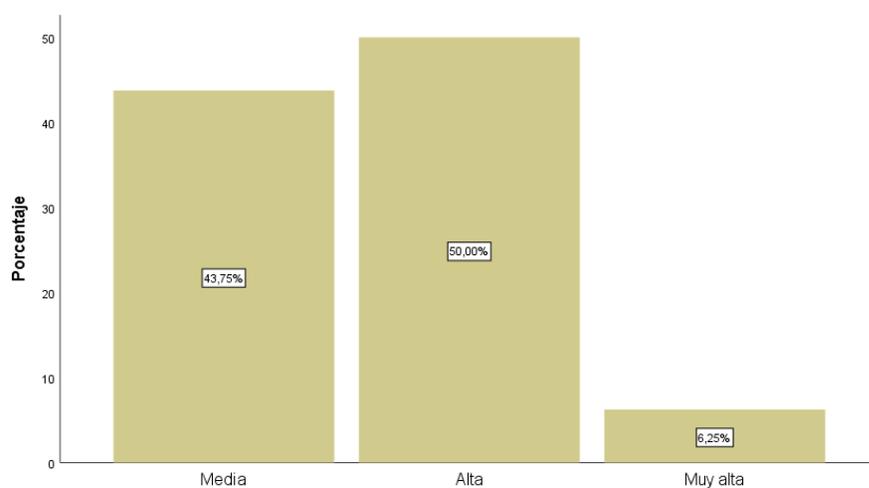
Tabla 22

Innovación

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Media | 7 | 43,8 | 43,8 | 43,8 |
| | Alta | 8 | 50,0 | 50,0 | 93,8 |
| | Muy alta | 1 | 6,3 | 6,3 | 100,0 |
| Total | | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 24

Innovación



Se observa que el 50% de los encuestados afirma que la innovación en sus emprendimientos se los califica como alta, el 4,754% como media y el 6,25% como muy alta. Es decir que la innovación en los emprendimientos en la parroquia Pelileo Grande es considerada como alta siendo el porcentaje más alto.

Nivel de creatividad

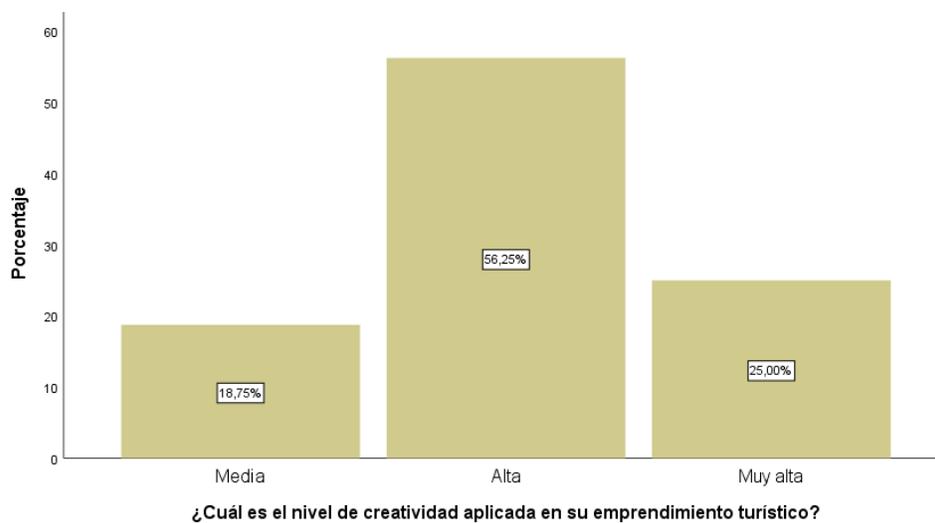
Tabla 23

Nivel de creatividad

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Media | 3 | 18,8 | 18,8 | 18,8 |
| | Alta | 9 | 56,3 | 56,3 | 75,0 |
| | Muy alta | 4 | 25,0 | 25,0 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 25

Nivel de creatividad



En el Figura número 10 se puede ver que el 56,25% corresponde a una calificación de alta, el 25% representa a una calificación de muy alta y el 18,75% de media. Obteniendo como resultado que el nivel de creatividad en los emprendimientos de la parroquia Pelileo Grande es alta, con un porcentaje alto del 56,25%.

Nivel de seguridad

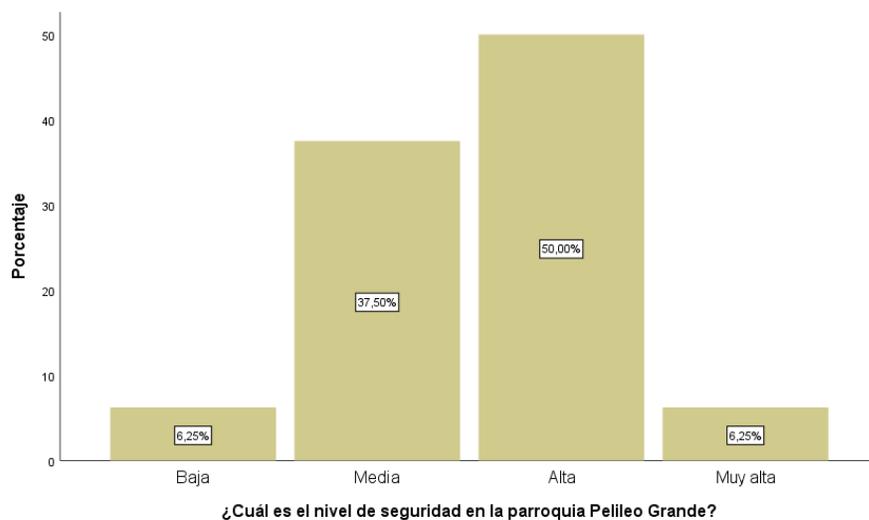
Tabla 24

Nivel de seguridad

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Baja | 1 | 6,3 | 6,3 | 6,3 |
| | Media | 6 | 37,5 | 37,5 | 43,8 |
| | Alta | 8 | 50,0 | 50,0 | 93,8 |
| | Muy alta | 1 | 6,3 | 6,3 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 26

Nivel de seguridad



El 50% del total de los encuestados afirma que el nivel de seguridad en la parroquia Pelileo Grande es alta, seguido por el 37,50% que califica como media, el 6,25% representado por baja y muy alta. De esta manera se puede entender que la seguridad en la parroquia se la califica como alta siendo el porcentaje más alto siendo el 50%.

Calidad de servicios básicos

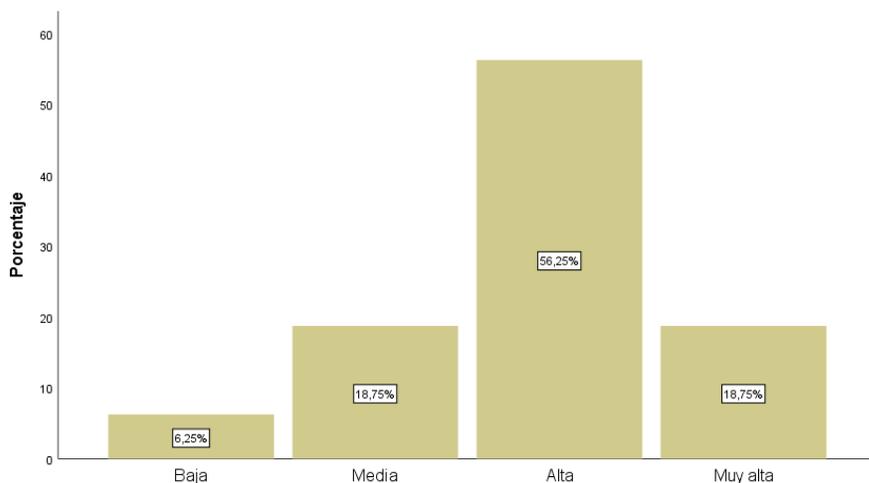
Tabla 25

Calidad de servicios básicos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Baja | 1 | 6,3 | 6,3 | 6,3 |
| | Media | 3 | 18,8 | 18,8 | 25,0 |
| | Alta | 9 | 56,3 | 56,3 | 81,3 |
| | Muy alta | 3 | 18,8 | 18,8 | 100,0 |
| Total | | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 27

Calidad de servicios básicos



La calidad de los servicios básicos públicos en la parroquia Pelileo grande es:

Se concluye que la calidad de los servicios básicos en la parroquia Pelileo Grande es calificado con, el 56,25% con alta, el 18,75% con media y muy alta, y el 6,25% corresponde a baja. Es decir que los encuestados la califican como alta y es un resultado positivo ya que tiene el porcentaje alto que es el 56,25%.

Actividad emprendedora

Nivel de satisfacción

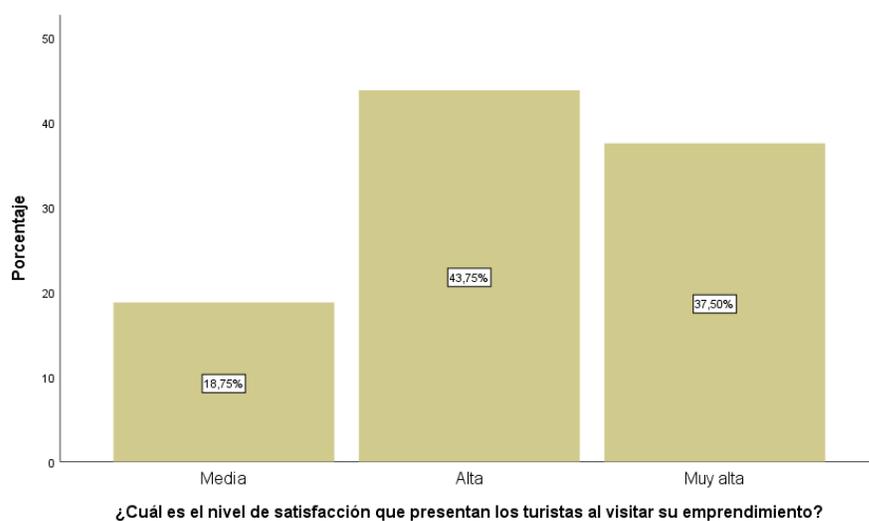
Tabla 26

Nivel de satisfacción

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Media | 3 | 18,8 | 18,8 | 18,8 |
| | Alta | 7 | 43,8 | 43,8 | 62,5 |
| | Muy alta | 6 | 37,5 | 37,5 | 100,0 |
| Total | | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 28

Nivel de satisfacción



Se puede observar que el 43,75% de los encuestados califica el nivel de satisfacción de los turistas al visitar su emprendimiento es alta, seguido por el 37,50% que dice que es muy alta y el 18,75% que califica como media. Como resultado, tenemos que el nivel de satisfacción que perciben los emprendedores al prestar sus servicios a los turistas es considerado alta con un porcentaje alto de 44,75%.

Preferencia de los clientes

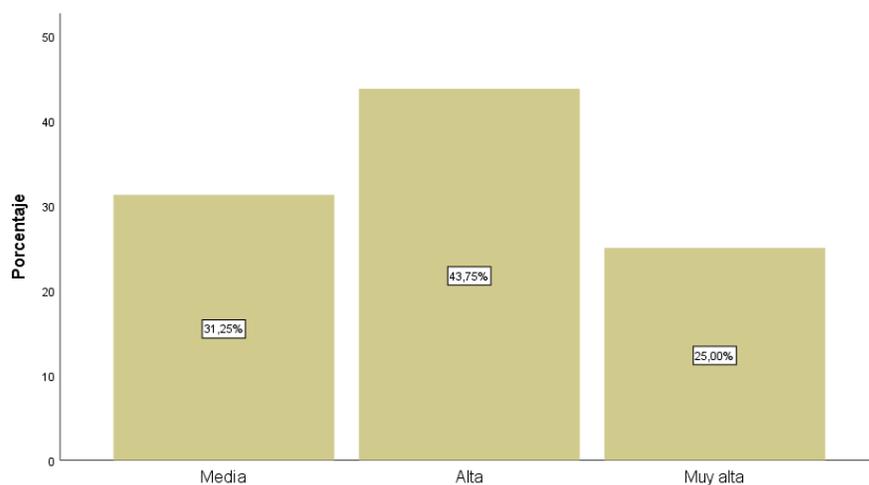
Tabla 27

Preferencia de los clientes

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Media | 5 | 31,3 | 31,3 | 31,3 |
| | Alta | 7 | 43,8 | 43,8 | 75,0 |
| | Muy alta | 4 | 25,0 | 25,0 | 100,0 |
| Total | | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 29

Preferencia de los clientes



Las preferencias de sus clientes por su emprendimiento son:

En lo que corresponde a preferencia de los clientes tenemos lo siguiente, el 43,75% afirma que es alta, el 31,25% que es madia y el 25% que es muy alta. Concluyendo así, que la preferencia de los turistas es considerada alta por cada emprendedor al prestar sus servicios.

Planificación turística

Impacto del emprendimiento

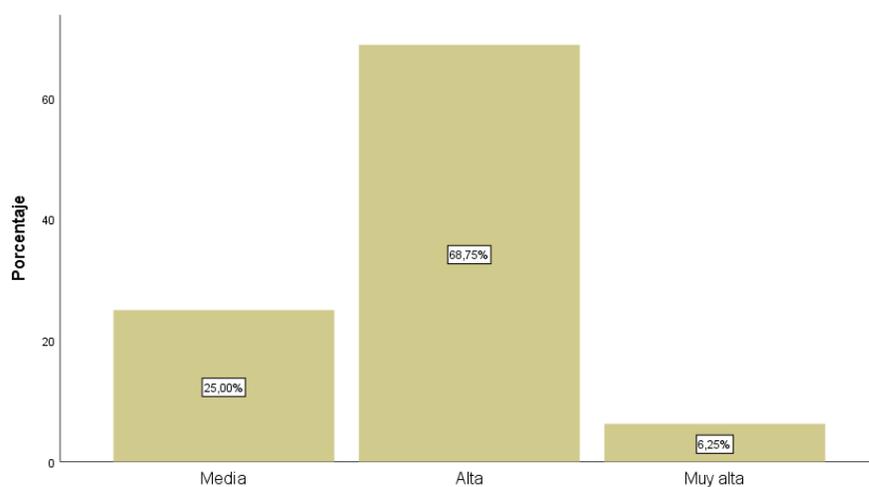
Tabla 28

Impacto del emprendimiento

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Media | 4 | 25,0 | 25,0 | 25,0 |
| | Alta | 11 | 68,8 | 68,8 | 93,8 |
| | Muy alta | 1 | 6,3 | 6,3 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 30

Impacto del emprendimiento



El impacto de su emprendimiento turístico en la parroquia de Pelileo Grande es:

Se observa que el 68,75% de los encuestados afirma que el impacto de su emprendimiento en la parroquia Pelileo Grande es alta, el 25% es media y el 6,25% es considerado como muy alta. Concluyendo que, el impacto de los emprendimientos encuestados tiene un impacto alto con el 68,75%, siendo más del 50%.

Acceso a estadísticas de turismo

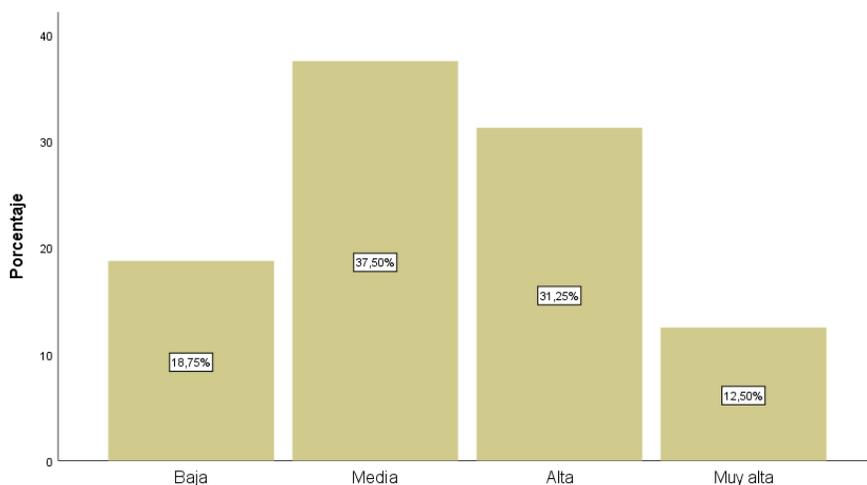
Tabla 29

Acceso a estadísticas de turismo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Baja | 3 | 18,8 | 18,8 | 18,8 |
| | Media | 6 | 37,5 | 37,5 | 56,3 |
| | Alta | 5 | 31,3 | 31,3 | 87,5 |
| | Muy alta | 2 | 12,5 | 12,5 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 31

Acceso a estadísticas de turismo



El acceso a las estadísticas sobre turismo en la parroquia Pelileo Grande es:

En lo que es acceso a las estadísticas de turismo en la parroquia Pelileo Grande se obtiene lo siguiente, el 37,50% afirma que el acceso a estadísticas de turismo es medio, el 31,25% corresponde a alta, el 18,75% representa a baja y el 12,50% muy alta. Dando, así como resultado que los emprendedores califican el acceso como media ya que no es al 100% pueden acceder a la información de turismo.

Capacitaciones

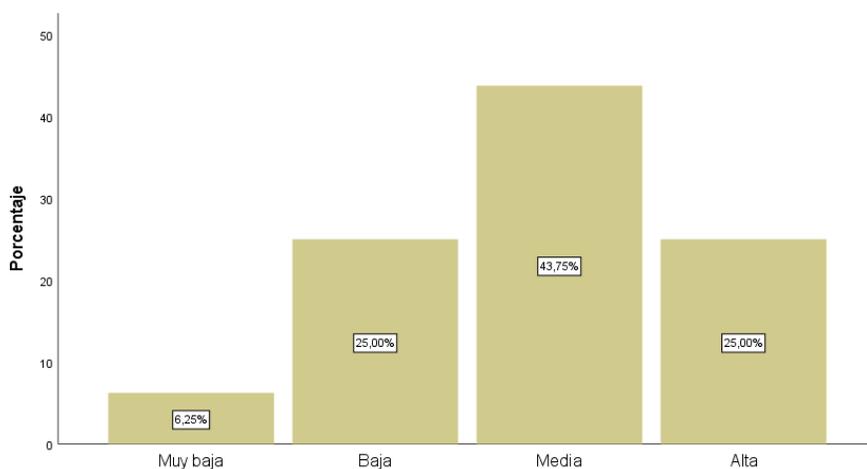
Tabla 30

Capacitaciones

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Muy baja | 1 | 6,3 | 6,3 | 6,3 |
| | Baja | 4 | 25,0 | 25,0 | 31,3 |
| | Media | 7 | 43,8 | 43,8 | 75,0 |
| | Alta | 4 | 25,0 | 25,0 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 32

Capacitaciones



Las capacitaciones para emprender (atención al cliente, prestación de servicios, difusión, etc.) en la parroquia Pelileo Grande es:

Se observa puede observar que el 43,75% del total de encuestados afirma que las capacitaciones para emprender califican como media, el 25% corresponde a alta y baja, y el 6,25% representa a muy baja. Es decir, que la mayoría de los encuestados califica las capacitaciones con media con el 43,75%, siendo el porcentaje más alto.

Información complementaria

Motivación para emprender

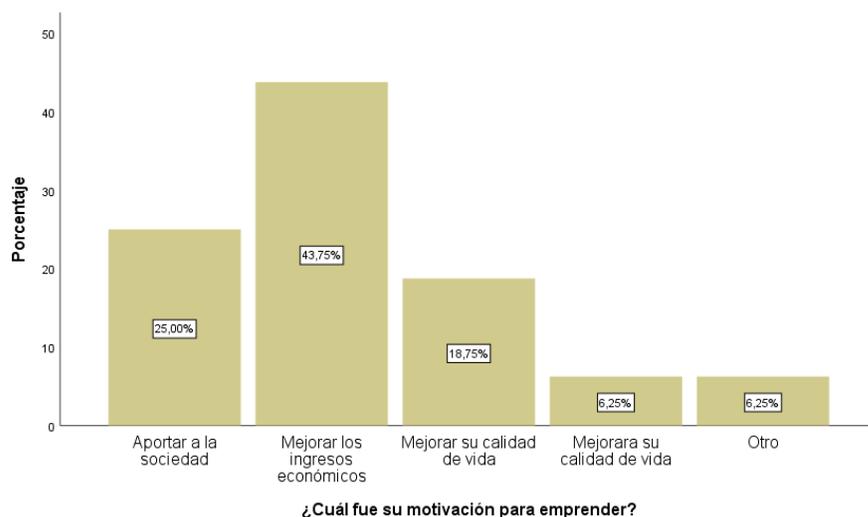
Tabla 31

Motivación para emprender

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|---------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid | Aportar a la sociedad | 4 | 25,0 | 25,0 | 25,0 |
| o | Mejorar los ingresos económicos | 7 | 43,8 | 43,8 | 68,8 |
| | Mejorar su calidad de vida | 3 | 18,8 | 18,8 | 87,5 |
| | Mejorar su calidad de vida | 1 | 6,3 | 6,3 | 93,8 |
| | Otro | 1 | 6,3 | 6,3 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 33

Motivación para emprender



El 43,75% de los encuestados afirma que el motivo para emprender es mejorar los ingresos económicos, el 25% corresponde a aportar a la sociedad, un 18,75% a mejorar su calidad de vida y el 6,25% representa a mejorar su estatus social y otros (mejorar el futuro para sus hijas).

Creación de emprendimientos

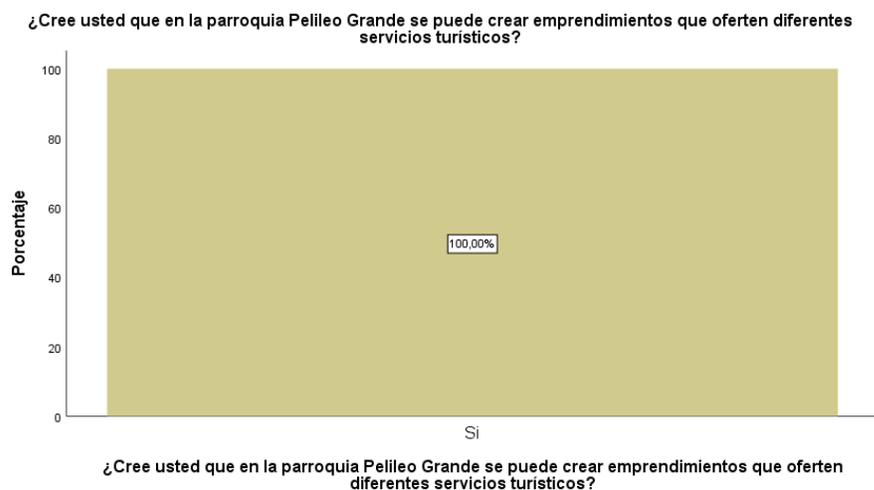
Tabla 32

Creación de emprendimientos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|----|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Si | 16 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Figura 34

Creación de emprendimientos



Se puede observar que el 100% de los encuestados consideran que si se puede crear emprendimientos turísticos que oferten diferentes servicios turísticos.

Emprendimientos que se puede crear

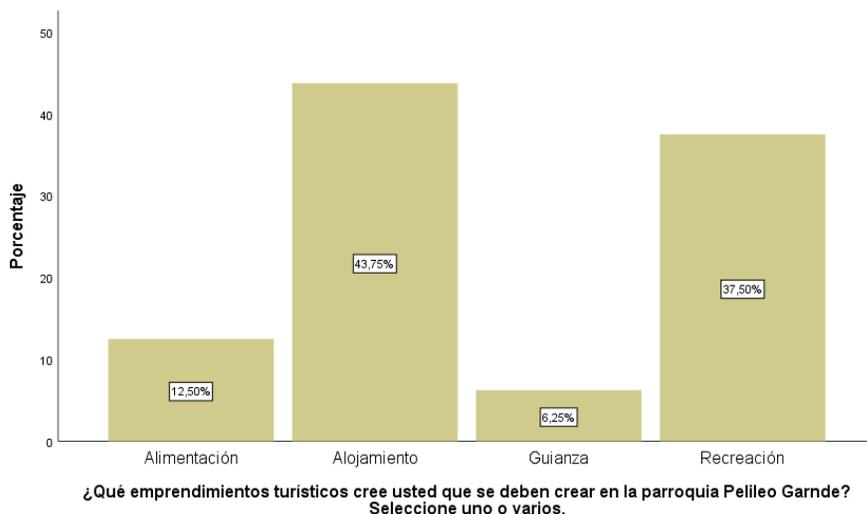
Tabla 33

Emprendimientos que se puede crear

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|--------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Alimentación | 2 | 12,5 | 12,5 | 12,5 |
| | Alojamiento | 7 | 43,8 | 43,8 | 56,3 |
| | Guianza | 1 | 6,3 | 6,3 | 62,5 |
| | Recreación | 6 | 37,5 | 37,5 | 100,0 |
| Total | | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 35

Emprendimientos que se puede crear



En conclusión, se obtuvo lo siguiente, el 43,75% de los encuestados considera que, si se puede crear emprendimientos en alojamiento, el 37,50% afirma que se debe crear emprendimientos en recreación, el 12,50% que se debe crear en guianza y transporte, y el 6,25% corresponde a alimentación. Cabe recalcar que en esta pregunta los emprendedores escogieron más de dos respuestas.

Emprendedores capacitados

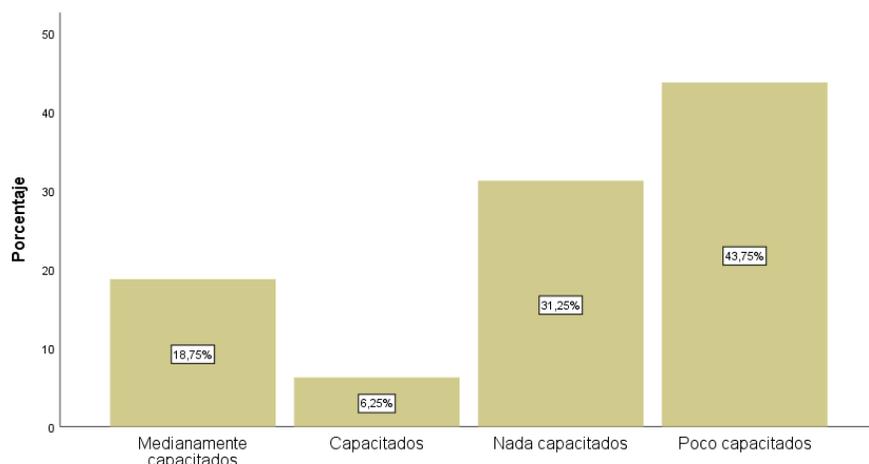
Tabla 34

Emprendedores capacitados

| | | Frecuenci a | Porcentaj e | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|---------------------------|----------------|----------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | Mediamente capacitados | 3 | 18,8 | 18,8 | 18,8 |
| | Capacitados | 1 | 6,3 | 6,3 | 25,0 |
| | Nada capacitados | 5 | 31,3 | 31,3 | 56,3 |
| | Poco capacitados | 7 | 43,8 | 43,8 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 36

Emprendedores capacitados



¿Considera usted que los emprendedores de la parroquia Pelileo Grande están capacitados para la prestación de productos y servicios turísticos?

El 43,75% afirma que los emprendedores de la parroquia de Pelileo Grande están poco capacitados para la prestación de servicio y producto turísticos, el 31,25% corresponde a que los emprendedores están nada capacitados, el 18,75% representa a que los emprendedores están medianamente capacitados y un 6,25% está a favor de capacitados en la prestación de los productos y servicios turísticos.

Oferta de servicios en el emprendimiento

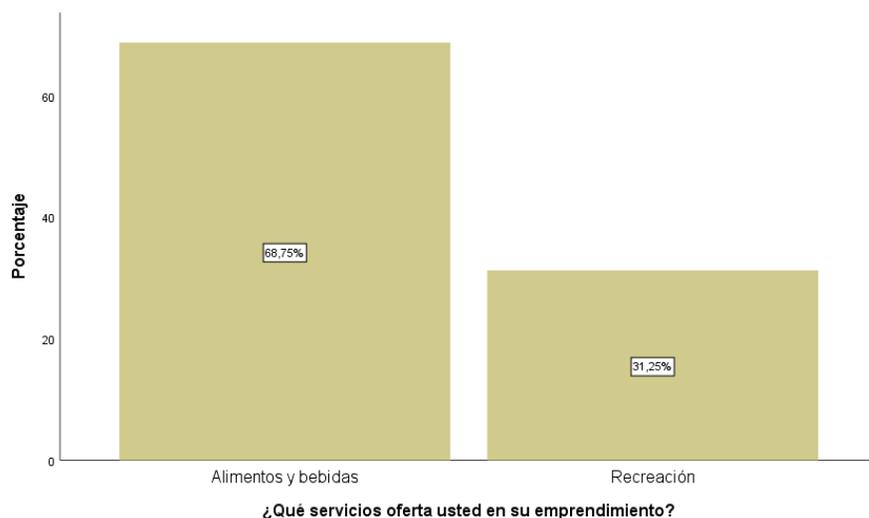
Tabla 35

Oferta de servicios en el emprendimiento

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje | Porcentaje |
|-------|---------------------|------------|------------|------------|------------|
| | | | e | válido | acumulado |
| Válid | Alimentos y bebidas | 11 | 68,8 | 68,8 | 68,8 |
| o | Recreación | 5 | 31,3 | 31,3 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 37

Oferta de servicios en el emprendimiento



En lo que corresponde al servicio que oferta cada uno de los emprendedores en su negocio tenemos lo siguiente, el 68,75% de esta oferta servicios de alimento y bebidas, y el 31,25% de los encuestados oferta el servicio de recreación turística.

Medios de comunicación

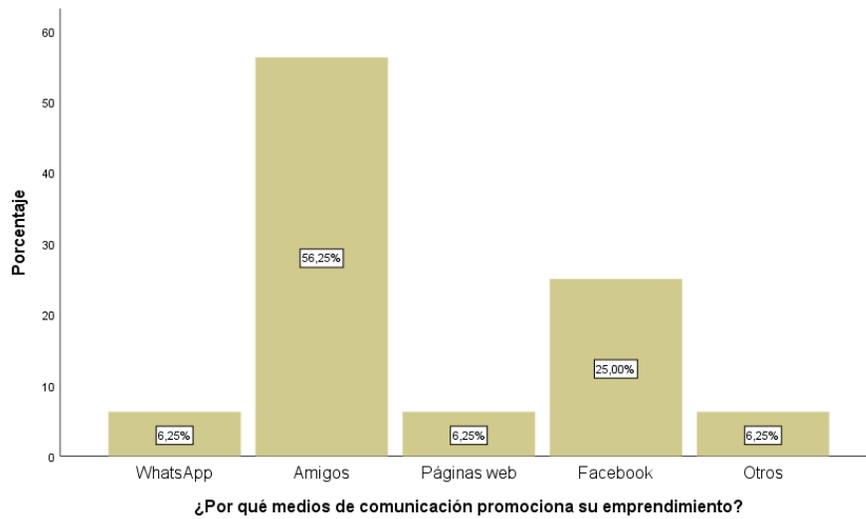
Tabla 36

Medios de comunicación

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid | WhatsApp | 1 | 6,3 | 6,3 | 6,3 |
| o | Amigos, | 9 | 56,3 | 56,3 | 62,5 |
| | Páginas web | 1 | 6,3 | 6,3 | 68,8 |
| | Facebook | 4 | 25,0 | 25,0 | 93,8 |
| | Otros | 1 | 6,3 | 6,3 | 100,0 |
| | Total | 16 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 38

Medios de comunicación



Los medios de comunicación usados por los emprendedores para difundir sus servicios turísticos tenemos, el 56,25% usa a sus amigos para difundir sus servicios, el 25% de los mismos usa la red social de Facebook, un 6,25% usa otros métodos como son la radio y afiches, el WhatsApp y las páginas web.

7.5 Anexo 5. Tabulación de la variable dependiente: “Oferta Turística”

A continuación, se presenta los resultados de la encuesta sobre oferta turística la cual fue aplicada a los turistas que visitan la parroquia de Pelileo Grande. La información se presenta en tablas que contienen la variable, frecuencia absoluta y el porcentaje o frecuencia relativa; junto a cada tabla se acompaña la gráfica correspondiente y la interpretación de los resultados obtenido.

Información General

Edad

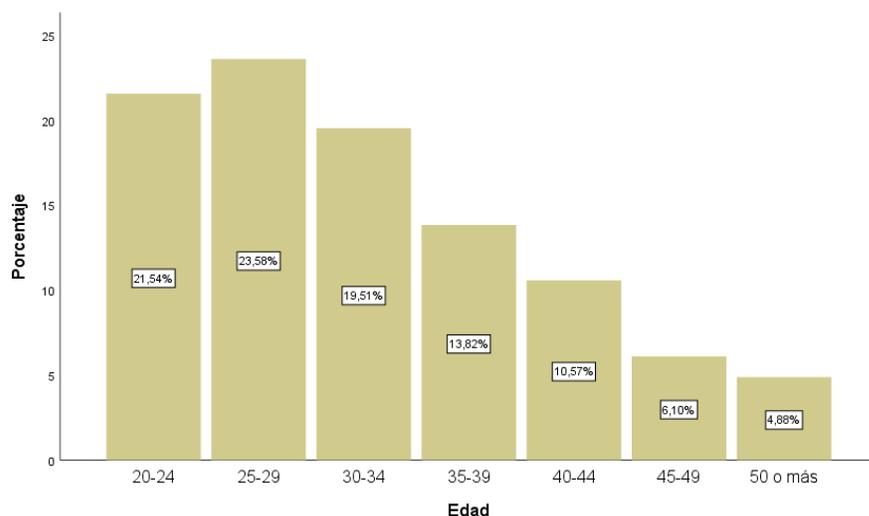
Tabla 37

Edad de los turistas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|----------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válid o | 20-24 | 53 | 21,5 | 21,5 | 21,5 |
| | 25-29 | 58 | 23,6 | 23,6 | 45,1 |
| | 30-34 | 48 | 19,5 | 19,5 | 64,6 |
| | 35-39 | 34 | 13,8 | 13,8 | 78,5 |
| | 40-44 | 26 | 10,6 | 10,6 | 89,0 |
| | 45-49 | 15 | 6,1 | 6,1 | 95,1 |
| | 50 o más | 12 | 4,88 | 3,88 | 98,4 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 39

Edad de los turistas



Se observa que la edad promedio de los turistas que visitan la parroquia Pelileo Grande está en el 23,58% que pertenece a las edades de entre 25 – 29 años, el 21,54% está en el intervalo de 20 – 24 años, un 19,51% está entre las edades de 30-24 años, el 13,82% está entre 35 – 39 años, un 10,57% corresponde a 40 – 44 años, el 6,10% está en el intervalo de edad de 45 – 49 años y el 4,88% está en el intervalo de 50 o más años

Generó de los turistas

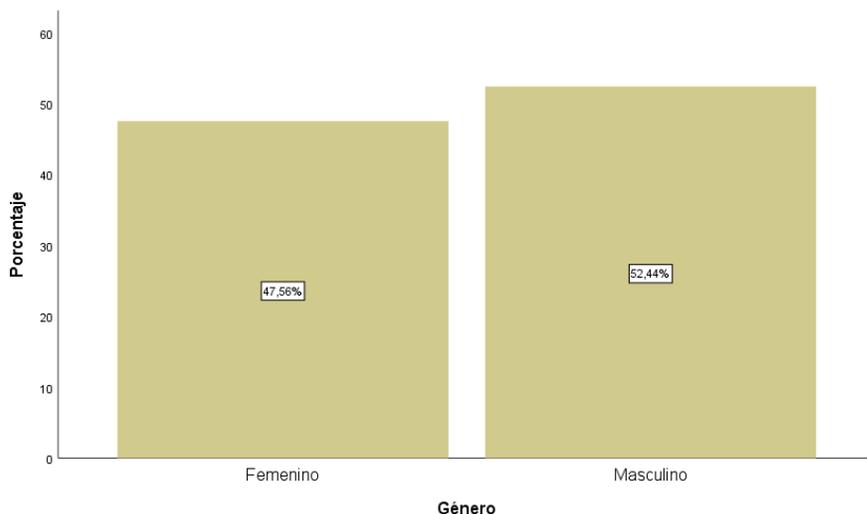
Tabla 38

Generó de los turistas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Femenino | 117 | 47,6 | 47,6 | 47,6 |
| | Masculino | 129 | 52,4 | 52,4 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 40

Generó de los turistas



Se puede observar que el 52,44% de los turistas encuestados son de género masculino y el 47,56% de los mismos son se generó femenino. Concluyendo que el porcentaje más alto que es el 52,44% es corresponde al género masculino quienes son los turistas que más visitan la parroquia Pelileo Grande.

Nivel de educación

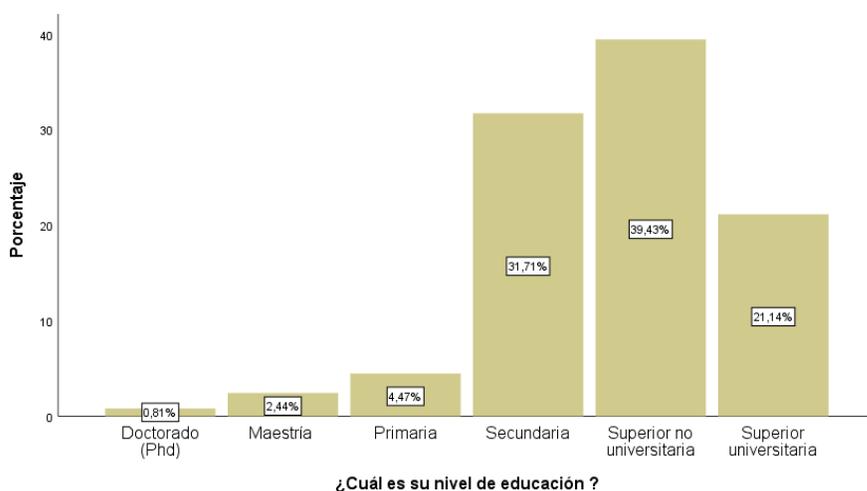
Tabla 39

Nivel de educación

| | | Frecuenci a | Porcentaj e | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|---------------------------|----------------|----------------|----------------------|-------------------------|
| Válid | Doctorado (PhD) | 2 | ,8 | ,8 | ,8 |
| o | Maestría | 6 | 2,4 | 2,4 | 3,3 |
| | Primaria | 11 | 4,5 | 4,5 | 7,7 |
| | Secundaria | 78 | 31,7 | 31,7 | 39,4 |
| | Superior no universitaria | 97 | 39,4 | 39,4 | 78,9 |
| | Superior universitaria | 52 | 21,1 | 21,1 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 41

Nivel de educación



En lo que es nivel de educación de los turistas encuestados tenemos que el 39,43% tiene un nivel de educación de superior no universitaria, el 31,71% corresponde a un nivel de secundaria, el 21,14% tiene un nivel de superior universitaria, un 4,47% representa al nivel de primaria, el 2,44% esta con el nivel de maestría y el 0,81% tiene un doctorado. Es decir, que el nivel de educación con más porcentaje es de 39,43% con superior no universitaria.

Procedencia

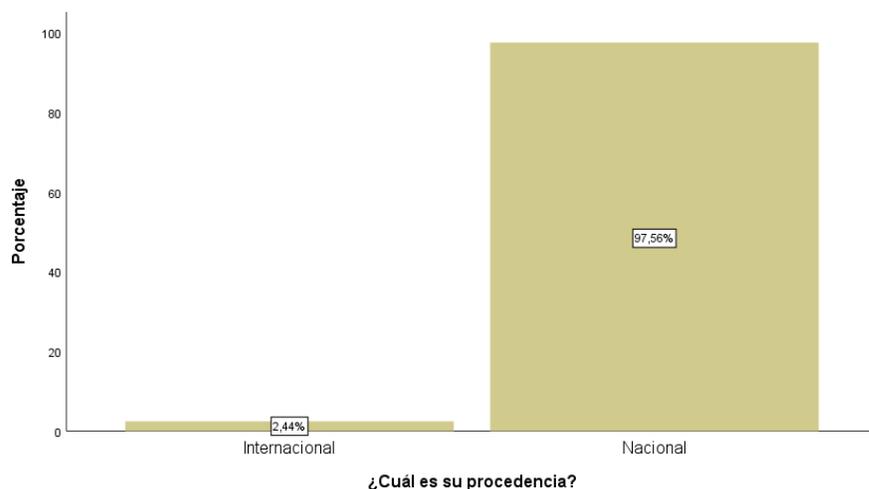
Tabla 40

Procedencia

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje | Porcentaje |
|--------|---------------|------------|------------|------------|------------|
| | | | e | válido | acumulado |
| Válido | Internacional | 6 | 2,4 | 2,4 | 2,4 |
| | Nacional | 240 | 97,6 | 97,6 | 100,0 |
| Total | | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 42

Procedencia



La figura muestra que el 97,56% del total de los turistas encuestados proceden de diferentes partes del país y el 2,44% de los mismos son internacionales, en este caso de procedencia venezolana. En conclusión, los turistas que más visitan la parroquia son nacionales con el 97,56% siendo el porcentaje más alto.

Información específica

Servicios turísticos

Nivel de calidad en la prestación de servicios

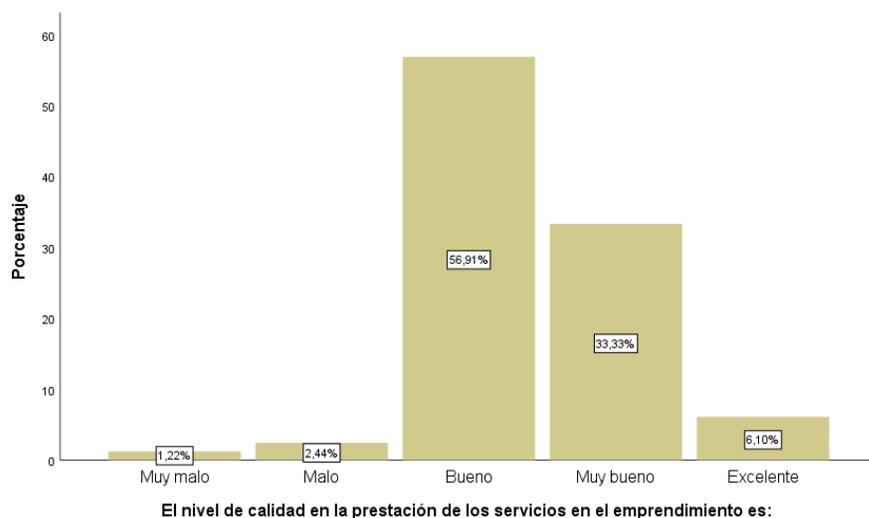
Tabla 41

Nivel de calidad en la prestación de servicios

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy malo | 3 | 1,2 | 1,2 | 1,2 |
| | Malo | 6 | 2,4 | 2,4 | 3,7 |
| | Bueno | 140 | 56,9 | 56,9 | 60,6 |
| | Muy bueno | 82 | 33,3 | 33,3 | 93,9 |
| | Excelente | 15 | 6,1 | 6,1 | 100,0 |
| Total | | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 43

Nivel de calidad en la prestación de servicios



El 56,91% de los turistas encuestados afirman que el nivel de calidad en la prestación de los servicios en la parroquia Pelileo Grande es bueno, seguido por el 33,33% que es muy bueno, el 6,10% corresponde a excelente, el 2,44% a malo y finalmente el 1,22% a muy malo. Dando, así como resultado que el porcentaje mal alto de los turistas califican como bueno con el 56,91% al nivel de calidad en la prestación de servicios.

Innovación en la prestación de servicios

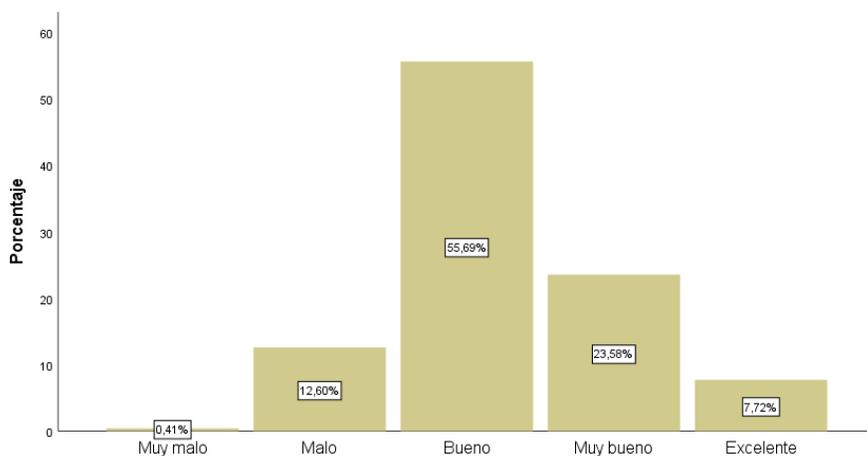
Tabla 42

Innovación en la prestación de servicios

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy malo | 1 | ,4 | ,4 | ,4 |
| | Malo | 31 | 12,6 | 12,6 | 13,0 |
| | Bueno | 137 | 55,7 | 55,7 | 68,7 |
| | Muy bueno | 58 | 23,6 | 23,6 | 92,3 |
| | Excelente | 19 | 7,7 | 7,7 | 100,0 |
| Total | | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 44

Innovación en la prestación de servicios



La innovación en la prestación del servicio turístico en el emprendimiento es:

Se observa que el porcentaje más alto es el 55,69% correspondiente a bueno, el 23,58% es muy bueno, el 12,60% es malo, el 7,72% es excelente y el 0,41% es muy malo. Es decir que los turistas consideran que la innovación en la prestación de servicios es representada como bueno con el 55,69 %.

Servicio de alimentación

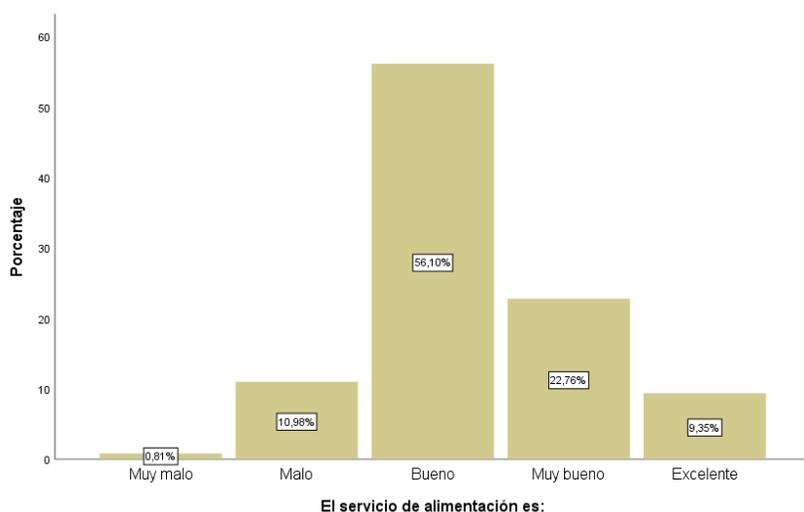
Tabla 43

Servicio de alimentación

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy malo | 2 | ,8 | ,8 | ,8 |
| | Malo | 27 | 11,0 | 11,0 | 11,8 |
| | Bueno | 138 | 56,1 | 56,1 | 67,9 |
| | Muy bueno | 56 | 22,8 | 22,8 | 90,7 |
| | Excelente | 23 | 9,3 | 9,3 | 100,0 |
| Total | | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 45

Servicio de alimentación



El 56,10% del total de los turistas encuestados afirma que el servicio de alimentación es bueno, seguido por el 22,76% que lo califica como muy bueno, el 10,98% que corresponde a malo, el 9,35% que representa a excelente y el 0,81% lo califica como muy malo. Dando, así como resultado que el servicio de alimentación en la parroquia es bueno con el porcentaje más alto que es 56,10%.

Servicio de transporte

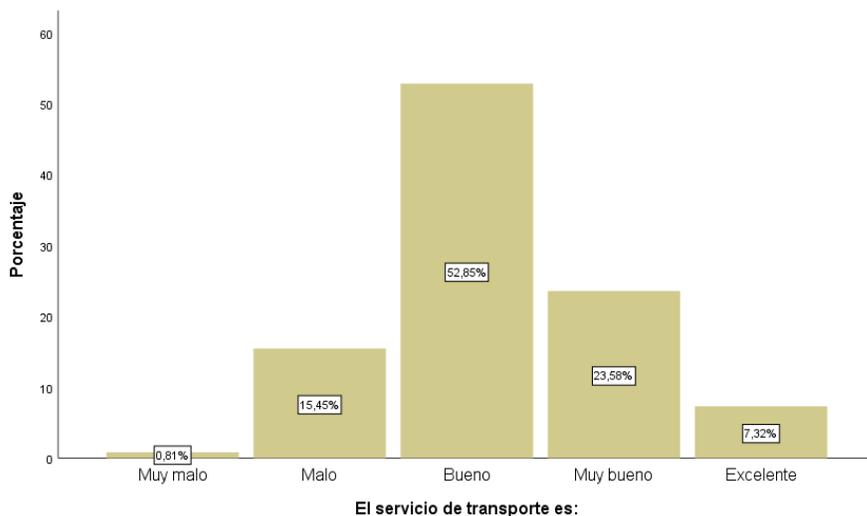
Tabla 44

Servicio de transporte

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Muy malo | 2 | ,8 | ,8 | ,8 |
| | Malo | 38 | 15,4 | 15,4 | 16,3 |
| | Bueno | 130 | 52,8 | 52,8 | 69,1 |
| | Muy bueno | 58 | 23,6 | 23,6 | 92,7 |
| | Excelente | 18 | 7,3 | 7,3 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 46

Servicio de transporte



En lo que corresponde a servicio de transporte en la parroquia de Pelileo Grande, el 52,85% de los turistas encuestados dicen que el mismo es bueno, el 23,58% que es muy bueno, un 15,45% que es malo, un 7,32% que es excelente y el 0,81 % califica a este servicio como muy malo.

Servicio de guianza

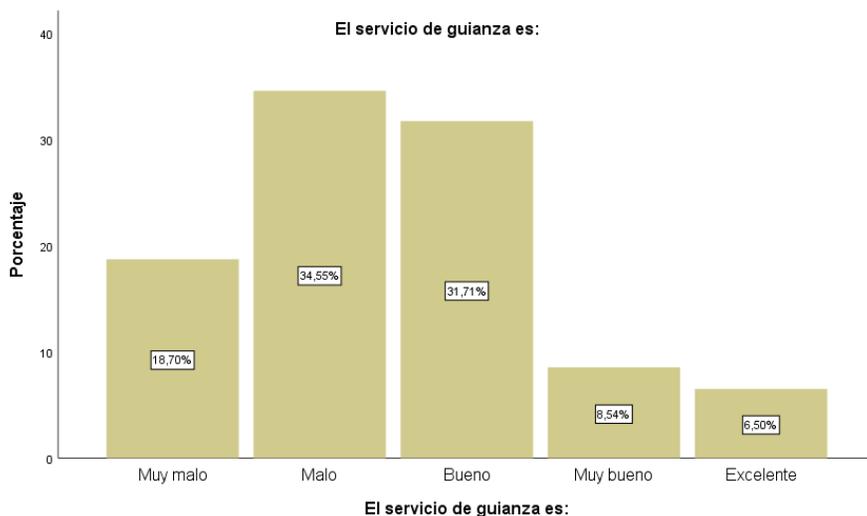
Tabla 45

Servicio de guianza

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Muy malo | 46 | 18,7 | 18,7 | 18,7 |
| | Malo | 85 | 34,6 | 34,6 | 53,3 |
| | Bueno | 78 | 31,7 | 31,7 | 85,0 |
| | Muy bueno | 21 | 8,5 | 8,5 | 93,5 |
| | Excelente | 16 | 6,5 | 6,5 | 100,0 |
| Total | | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 47

Servicio de guianza



Un 34,55% afirma que el servicio de guianza es malo, el 31,71% bueno, un 18,70% muy malo, un 8,54% es muy bueno y el 6,50% es excelente. Concluyendo, así que los turistas califican a este servicio como malo con el 34,55%, esto se da por el motivo que en la parroquia hace falta agencias o establecimientos que oferten este tipo de servicio.

Servicio de alojamiento

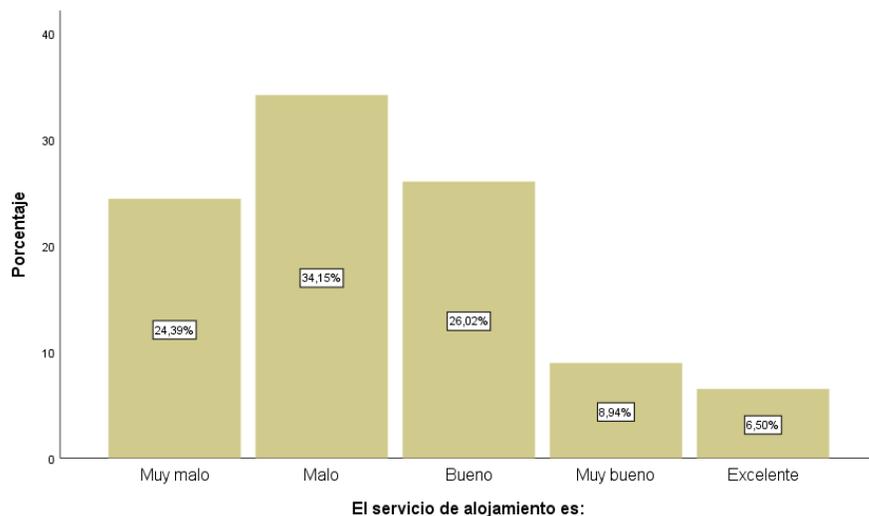
Tabla 46

Servicio de alojamiento

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Muy malo | 60 | 24,4 | 24,4 | 24,4 |
| | Malo | 84 | 34,1 | 34,1 | 58,5 |
| | Bueno | 64 | 26,0 | 26,0 | 84,6 |
| | Muy bueno | 22 | 8,9 | 8,9 | 93,5 |
| | Excelente | 16 | 6,5 | 6,5 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 48

Servicio de alojamiento



Se puede observar que el 34,15% del total de encuestados afirma que el ser servicio de alojamiento en la parroquia de Pelileo Grande es malo, el 28,02% dice que es bueno, el 24,39% lo califica como muy malo, el 8,94% como muy bueno y el 6,50% como excelente. Como resultado tenemos que los turistas lo califican como malo con el 34,15%, esto se da por la falta de oferta de este servicio.

Servicio de recreación

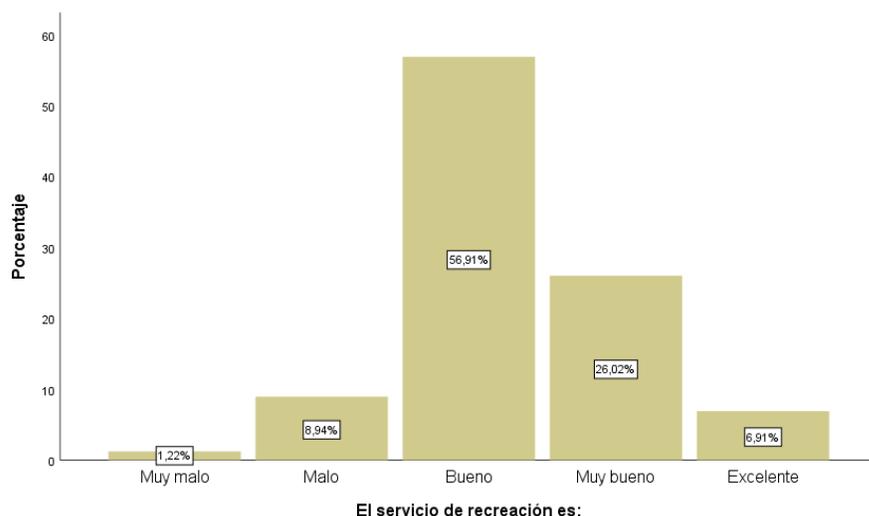
Tabla 47

Servicio de recreación

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Muy malo | 3 | 1,2 | 1,2 | 1,2 |
| | Malo | 22 | 8,9 | 8,9 | 10,2 |
| | Bueno | 140 | 56,9 | 56,9 | 67,1 |
| | Muy bueno | 64 | 26,0 | 26,0 | 93,1 |
| | Excelente | 17 | 6,9 | 6,9 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 49

Servicio de recreación



La figura pone en evidencia que el 56,91% concuerda con que el servicio de recreación es bueno, el 26,02% está seguro que el servicio es muy bueno, el 8,94% considera que es malo, el 6,91% considera que es excelente y tan solo el 1,22% lo considera como muy malo. Dando, a entender que el servicio de recreación en la parroquia de Pelileo Grande es bueno con el 56,91%.

Atractivos turísticos

Estado de los atractivos naturales en el emprendimiento

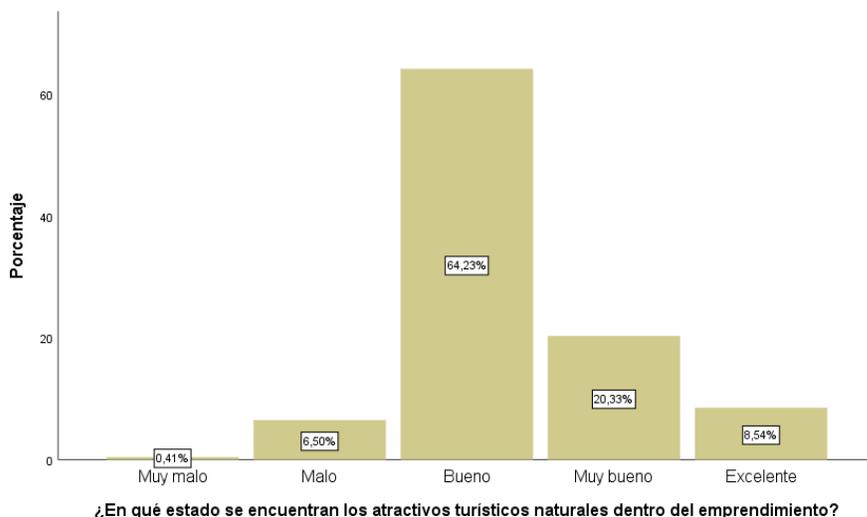
Tabla 48

Estado de los atractivos naturales en el emprendimiento

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid | Muy malo | 1 | ,4 | ,4 | ,4 |
| o | Malo | 16 | 6,5 | 6,5 | 6,9 |
| | Bueno | 158 | 64,2 | 64,2 | 71,1 |
| | Muy bueno | 50 | 20,3 | 20,3 | 91,5 |
| | Excelente | 21 | 8,5 | 8,5 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 50

Estado de los atractivos naturales en el emprendimiento



El 64,23% de los encuestados afirma que el estado de los atractivos naturales dentro de los emprendimientos turísticos es bueno, el 20,33% califica que el estado de los mismo es muy bueno, un 8,54% considera que están como excelente, el 6,50% como malo y el 0,41% como muy malo, obteniendo, un resultado favorable que bueno con el 64,23%.

Estado de los atractivos culturales en el emprendimiento

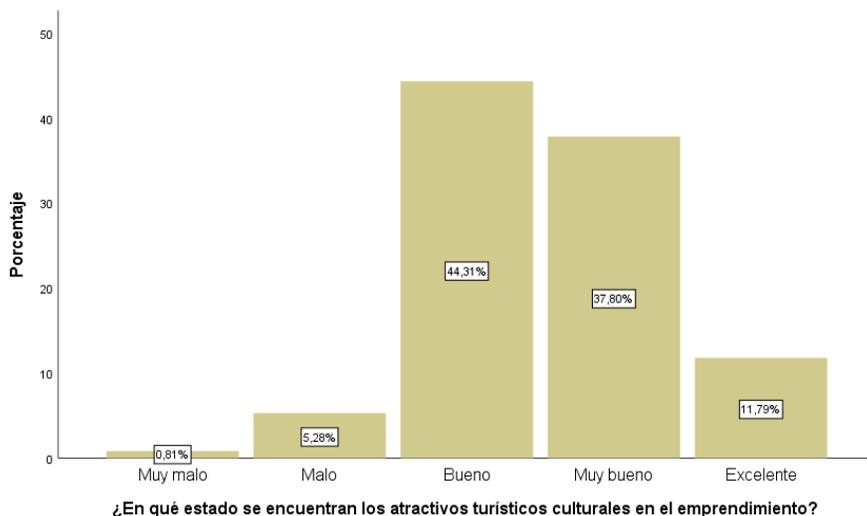
Tabla 49

Estado de los atractivos culturales en el emprendimiento

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Muy malo | 2 | ,8 | ,8 | ,8 |
| | Malo | 13 | 5,3 | 5,3 | 6,1 |
| | Bueno | 109 | 44,3 | 44,3 | 50,4 |
| | Muy bueno | 93 | 37,8 | 37,8 | 88,2 |
| | Excelente | 29 | 11,8 | 11,8 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 51

Estado de los atractivos culturales en el emprendimiento



¿En qué estado se encuentran los atractivos turísticos culturales en el emprendimiento?

En la gráfica se puede observar que el 44,31% corresponde que el estado de los atractivos turísticos culturales de los emprendimientos, el 37,80% representa a muy bueno, el 11,79% a excelente, el 5,28% corresponde a malo y el 0,81% es muy malo. Por lo que el estado de los atractivos turísticos culturales es calificado con el 44,31% que es bueno.

Facilidades turísticas

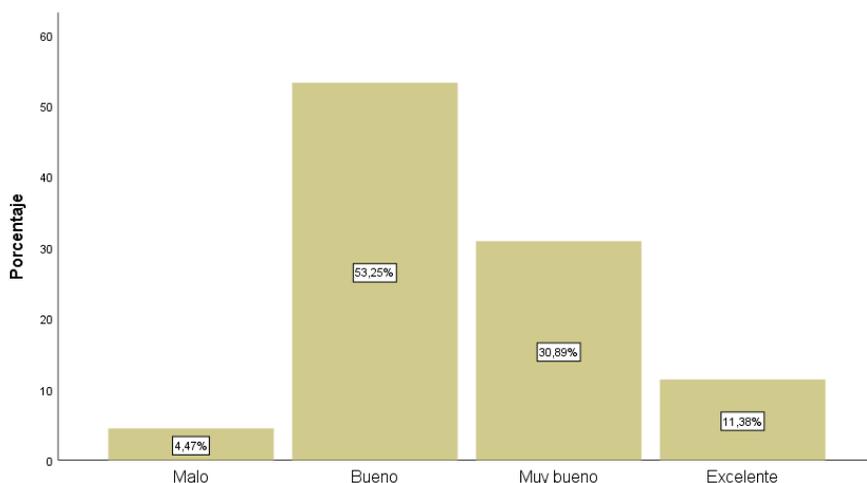
Tabla 50

Facilidades turísticas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Malo | 11 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | Bueno | 131 | 53,3 | 53,3 | 57,7 |
| | Muy bueno | 76 | 30,9 | 30,9 | 88,6 |
| | Excelente | 28 | 11,4 | 11,4 | 100,0 |
| Total | | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 52

Facilidades turísticas



Las facilidades turísticas en el emprendimiento turístico son:

En la gráfica se puede evidenciar que el 53,25% afirma que las facilidades turísticas en los emprendimientos son buenos, el 30,89% lo considera como muy bueno, el 11,38% corresponde a excelente y el 4,47% es malo. Por lo que el porcentaje más alto de las facilidades turísticas es el 53,25%.

Infraestructura

Calidad de facilidades turísticas en la parroquia

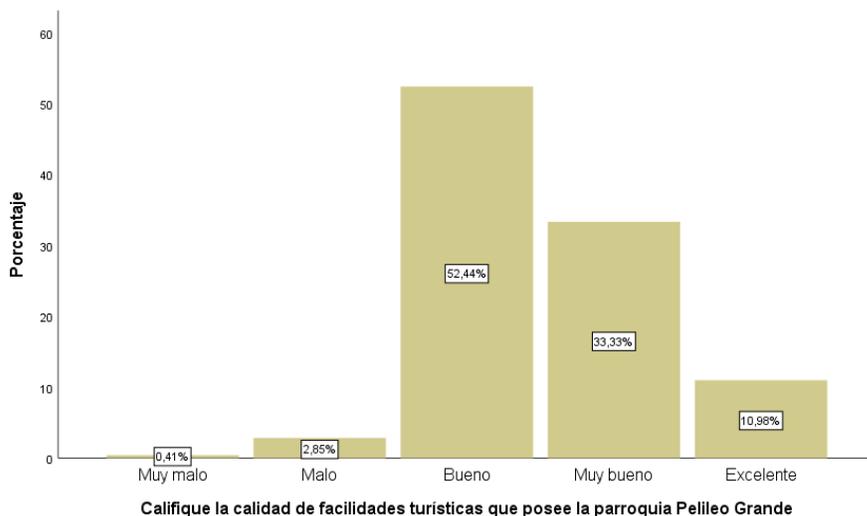
Tabla 51

Calidad de facilidades turísticas en la parroquia

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy malo | 1 | ,4 | ,4 | ,4 |
| | Malo | 7 | 2,8 | 2,8 | 3,3 |
| | Bueno | 129 | 52,4 | 52,4 | 55,7 |
| | Muy bueno | 82 | 33,3 | 33,3 | 89,0 |
| | Excelente | 27 | 11,0 | 11,0 | 100,0 |
| Total | | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 53

Calidad de facilidades turísticas en la parroquia



En lo que es calidad de facilidades turísticas en la parroquia de Pelileo Grande, el 52,44% de los turistas les califican como bueno, el 33,33% dice que es muy bueno, seguido de excelente con el 10,98%, el 2,85% lo considera como malo y el 0,41% lo define como muy malo. En este caso, la calificación es bueno con el 52,44% siendo el porcentaje más alto

Servicios básicos que cuenta la parroquia

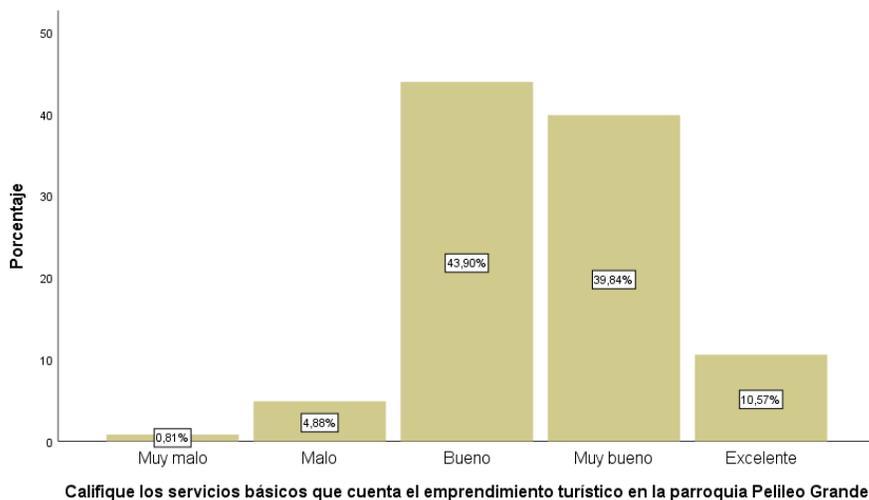
Tabla 52

Servicios básicos que cuenta la parroquia

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid | | | | |
| o | Muy malo | 2 | ,8 | ,8 |
| | Malo | 12 | 4,9 | 5,7 |
| | Bueno | 108 | 43,9 | 49,6 |
| | Muy bueno | 98 | 39,8 | 89,4 |
| | Excelente | 26 | 10,6 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | |

Figura 54

Servicios básicos que cuenta la parroquia



En la gráfica se puede evidenciar que el 43,90% de los encuestados afirman que los servicios básicos que tiene los emprendimientos en la parroquia Pelileo Grande es bueno, el 40% coincide que los servicios básicos son muy buenos, el 11% considera que es excelente, el 5% que es malo y el 1% considera que es muy malo. Siendo el porcentaje más alto el 44% como bueno.

Vías de acceso que cuenta la parroquia

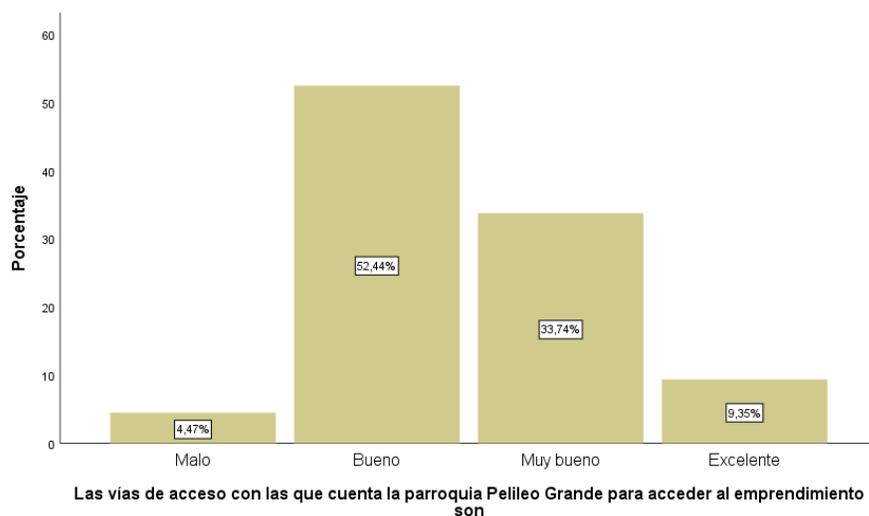
Tabla 53

Vías de acceso que cuenta la parroquia

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Malo | 11 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | Bueno | 129 | 52,4 | 52,4 | 56,9 |
| | Muy bueno | 83 | 33,7 | 33,7 | 90,7 |
| | Excelente | 23 | 9,3 | 9,3 | 100,0 |
| Total | | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 55

Vías de acceso que cuenta la parroquia



El 52,44% del total de los turistas que visitan la parroquia Pelileo Grande considera que las vías de acceso a los emprendimientos son buenas, el 33,74% de los mismos considera que es muy bueno, el 9,35% califica a las vías de acceso como excelente y el 4,47% considera que es malo. Concluyendo que las vías de acceso para los turistas lo califican como bueno siendo el porcentaje más alto de 52,44%.

Accesibilidad

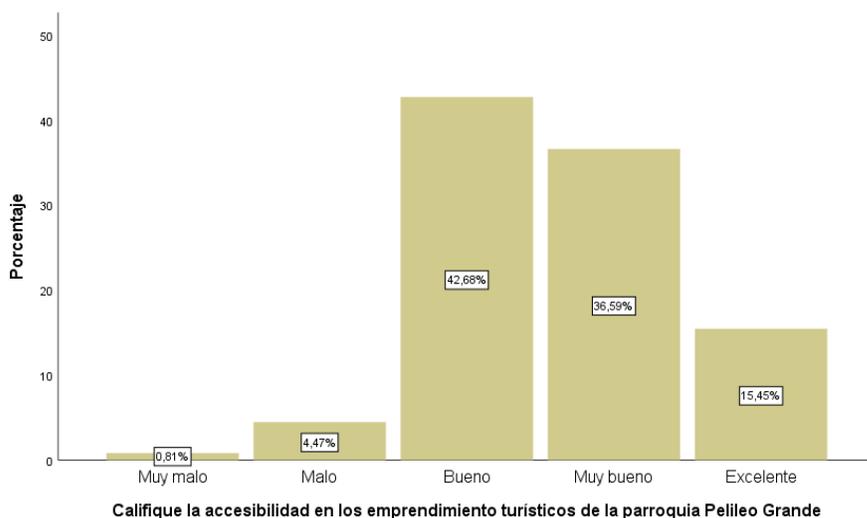
Tabla 54

Accesibilidad

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Muy malo | 2 | ,8 | ,8 | ,8 |
| | Malo | 11 | 4,5 | 4,5 | 5,3 |
| | Bueno | 105 | 42,7 | 42,7 | 48,0 |
| | Muy bueno | 90 | 36,6 | 36,6 | 84,6 |
| | Excelente | 38 | 15,4 | 15,4 | 100,0 |
| Total | | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 56

Accesibilidad



Se puede observar que el 42,68% de los encuestados califica a la accesibilidad como bueno, el 38,59% afirma que es muy bueno, el 15,45% coincide que es excelente, el 4,47% que es malo y el 11% es considera como como muy malo. En este caso el porcentaje más alto es el 42,68% representando a bueno, es decir que los turistas consideran bueno a la accesibilidad de los emprendimientos turísticos en la parroquia.

Recursos turísticos

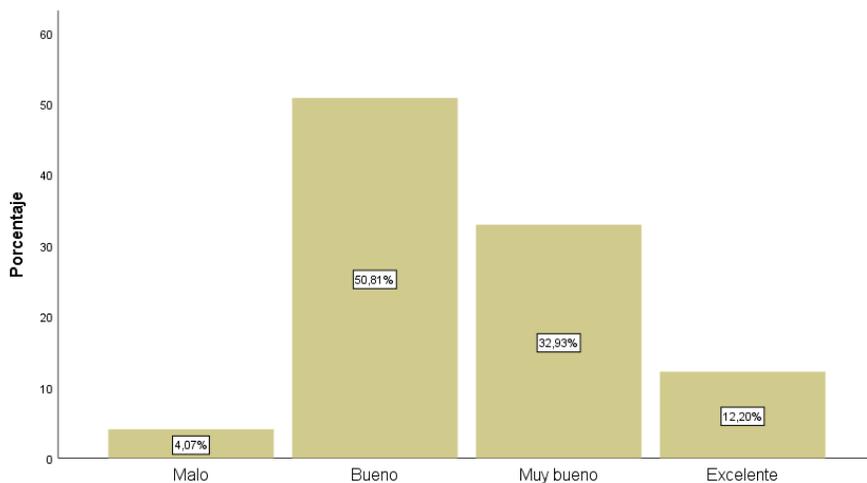
Tabla 55

Recursos turísticos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Malo | 10 | 4,1 | 4,1 | 4,1 |
| | Bueno | 125 | 50,8 | 50,8 | 54,9 |
| | Muy bueno | 81 | 32,9 | 32,9 | 87,8 |
| | Excelente | 30 | 12,2 | 12,2 | 100,0 |
| Total | | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 57

Recursos turísticos



La conservación de los recursos naturales de la parroquia Pelileo Grande es:

En lo que es la conservación de los recursos naturales en la parroquia tenemos, el 50,81% afirma que es bueno, el 32,93% lo considera como muy bueno, el 12,20% corresponde a excelente y el 4,07% como malo. Obteniendo así que el 50,81% considera que la conservación de los recursos turísticos es buena, siendo también el porcentaje más alto.

Recursos culturales

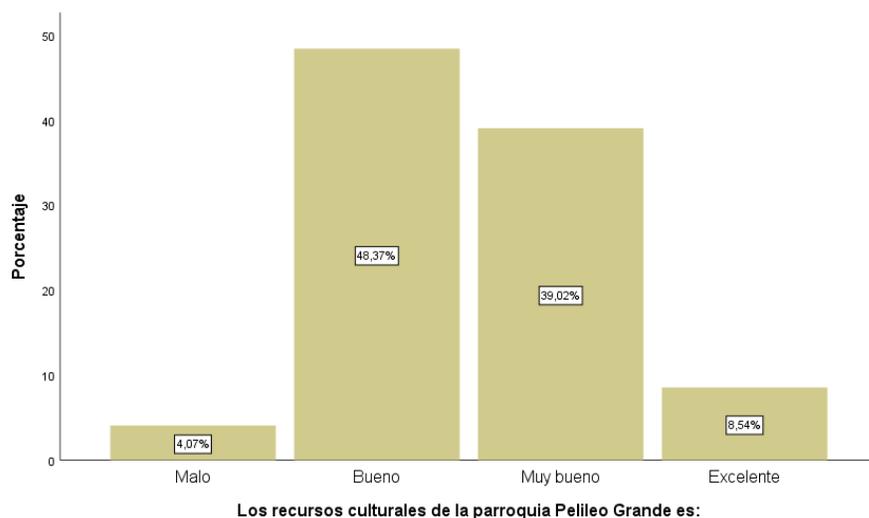
Tabla 56

Recursos culturales

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Malo | 10 | 4,1 | 4,1 | 4,1 |
| | Bueno | 119 | 48,4 | 48,4 | 52,4 |
| | Muy bueno | 96 | 39,0 | 39,0 | 91,5 |
| | Excelente | 21 | 8,5 | 8,5 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 58

Recursos culturales



Se pone en evidencia que el 48,37% considera que los recursos culturales son buenos, el 39,02% considera que es muy bueno, el 8,54% que es excelente y el 4,07% que es malo. Por lo tanto, los recursos culturales en la parroquia son calificado con el porcentaje más alto que es bueno con el 48,37%.

Prácticas religiosas

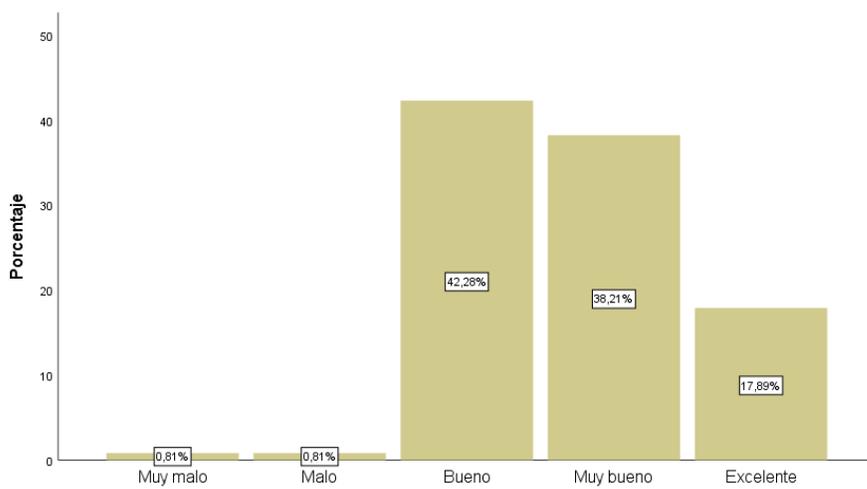
Tabla 57

Prácticas religiosas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy malo | 2 | ,8 | ,8 | ,8 |
| | Malo | 2 | ,8 | ,8 | 1,6 |
| | Bueno | 104 | 42,3 | 42,3 | 43,9 |
| | Muy bueno | 94 | 38,2 | 38,2 | 82,1 |
| | Excelente | 44 | 17,9 | 17,9 | 100,0 |
| Total | | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 59

Prácticas religiosas



Las prácticas religiosas en la parroquia Pelileo Grande es:

En la figura se puede concluir que existe una ambigüedad en cuanto a las prácticas religiosas en la parroquia siendo como principal resultado el 42,28% que asegura que es bueno y por otra parte el 38,21% que asegura que las prácticas religiosas son muy buenas. Por otra parte, el 18,89% asegura que es excelente y finalmente el 0,81% asegura que es malo y muy malo.

Calidad

Nivel de satisfacción de necesidades

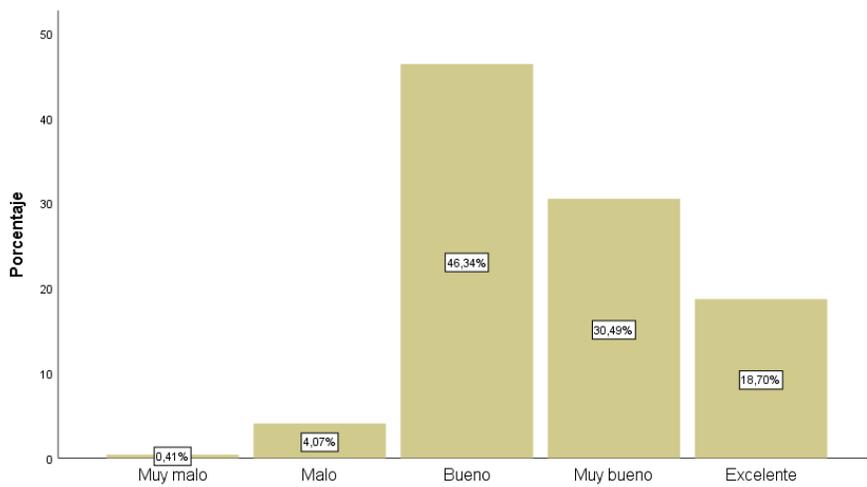
Tabla 58

Nivel de satisfacción de necesidades

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Muy malo | 1 | ,4 | ,4 | ,4 |
| | Malo | 10 | 4,1 | 4,1 | 4,5 |
| | Bueno | 114 | 46,3 | 46,3 | 50,8 |
| | Muy bueno | 75 | 30,5 | 30,5 | 81,3 |
| | Excelente | 46 | 18,7 | 18,7 | 100,0 |
| Total | | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 60

Nivel de satisfacción de necesidades



El nivel de satisfacción de sus necesidades al visitar la parroquia Pelileo Grande es

Se evidencia notoriamente que el 46,34% de los encuestados afirman que el nivel de satisfacción de sus necesidades al visitar los emprendimientos es bueno, el 30,49% asegura que es muy bueno, el siguiente 18,70% piensa que excelente, el 4,07% considera que es malo y finalmente el 0,41% dice que es muy malo.

Servicios prestados

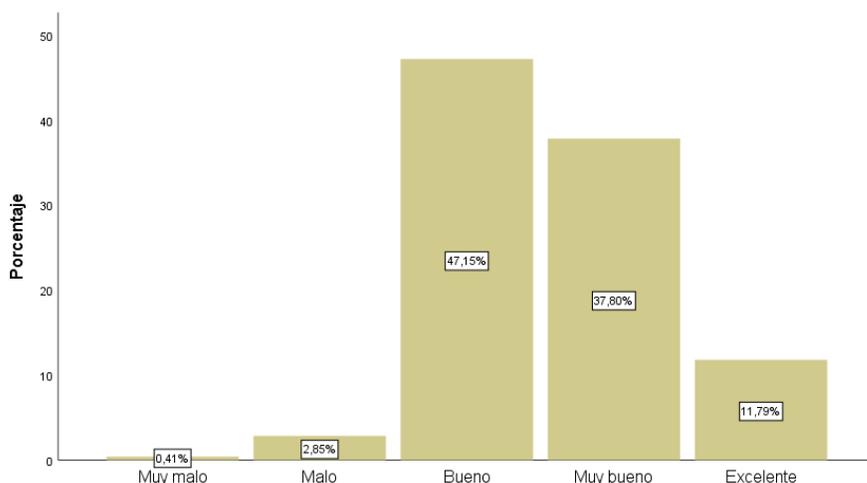
Tabla 59

Servicios prestados

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Muy malo | 1 | ,4 | ,4 | ,4 |
| | Malo | 7 | 2,8 | 2,8 | 3,3 |
| | Bueno | 116 | 47,2 | 47,2 | 50,4 |
| | Muy bueno | 93 | 37,8 | 37,8 | 88,2 |
| | Excelente | 29 | 11,8 | 11,8 | 100,0 |
| Total | | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 61

Servicios prestados



Los servicios prestados en el emprendimiento son:

Un 47,15% del total de los turistas encuestados afirma que los servicios prestados son calificados como bueno, el 37,80% dice que es muy bueno, el 11,79% se considera excelente, el 2,85% se lo representa con malo y el 0,41% es muy malo. Entendiendo que los servicios prestados por los emprendimientos en la parroquia son considerados buenos con el porcentaje más alto que es 47,15%.

El nivel de seguridad

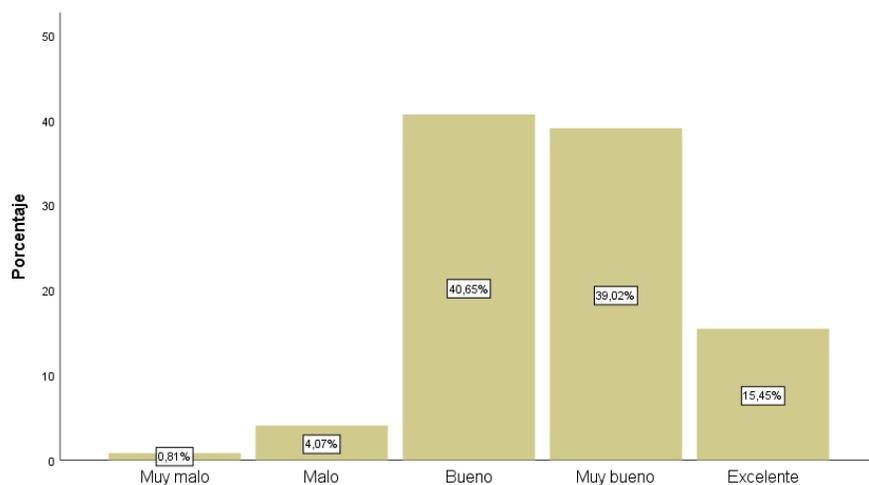
Tabla 60

El nivel de seguridad

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Muy malo | 2 | ,8 | ,8 | ,8 |
| | Malo | 10 | 4,1 | 4,1 | 4,9 |
| | Bueno | 100 | 40,7 | 40,7 | 45,5 |
| | Muy bueno | 96 | 39,0 | 39,0 | 84,6 |
| | Excelente | 38 | 15,4 | 15,4 | 100,0 |
| Total | | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 62

El nivel de seguridad



El nivel de seguridad que se brinda al turista en la parroquia Pelileo Grande es:

El resultado que se obtuvo es, el 40,65% piensa que el nivel de seguridad que se brinda a los turistas en la parroquia se lo califican como bueno, el 39,02% de los encuestados afirma que el nivel de seguridad es muy bueno, el 15,45% considera que es excelente, el 4,07% dice que es malo y el 0,81% califica como muy malo. Entendiendo así, que el nivel de seguridad en la parroquia Pelileo Grande es bueno con un porcentaje del 40,65%.

Preferencias del turista

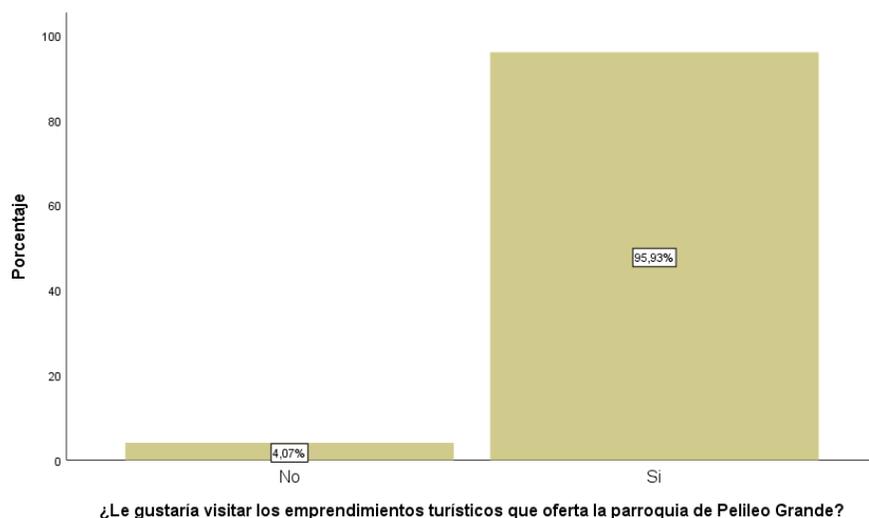
Tabla 61

Preferencias del turista

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|----|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | No | 10 | 4,1 | 4,1 | 4,1 |
| | Si | 236 | 95,9 | 95,9 | 100,0 |
| Total | | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 63

Preferencias del turista



Se evidencia que el 95,93% de los turistas están de acuerdo en que le gustaría visitar los emprendimientos que oferta la parroquia Pelileo Grande y mientras que el 4,07% está en desacuerdo, es decir, que el porcentaje más alto que es 96% si está de acuerdo en visitar los emprendimientos en la parroquia.

Servicios Turísticos prefiere

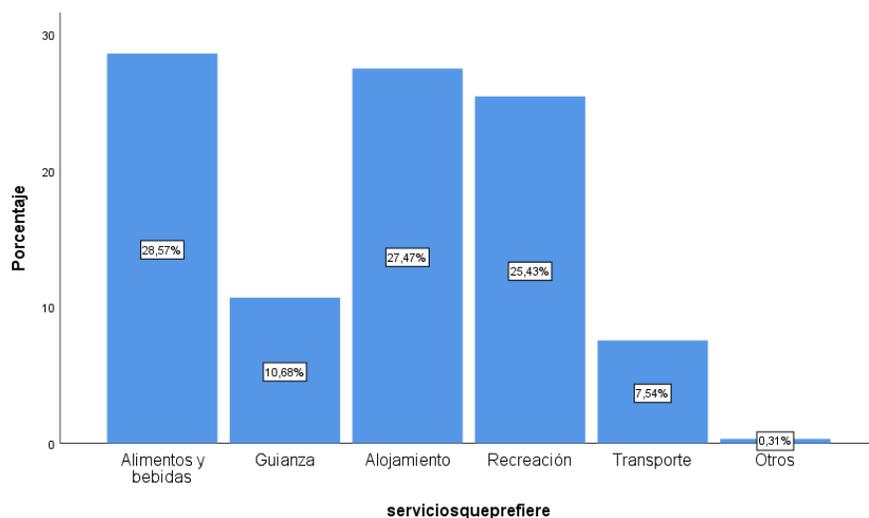
Tabla 62

Servicios Turísticos prefiere

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Alimentos y bebidas | 182 | 28,5 | 28,6 | 28,6 |
| | Guianza | 68 | 10,6 | 10,7 | 39,2 |
| | Alojamiento | 175 | 27,4 | 27,5 | 66,7 |
| | Recreación | 162 | 25,4 | 25,4 | 92,2 |
| | Transporte | 48 | 7,5 | 7,5 | 99,7 |
| | Otros | 2 | ,3 | ,3 | 100,0 |
| | Total | 637 | 99,7 | 100,0 | |
| Perdidos | Sistema | 2 | ,3 | | |
| Total | | 639 | 100,0 | | |

Figura 64

Servicios Turísticos prefiere



Los servicios turísticos que los turistas que visitan la parroquia de Pelileo Grande, el 28,57% afirman que prefieren el servicio de alimentos y bebidas, el 27,47% considera el servicio de alimentación, el 25,43% dice que prefiere el servicio de recreación, el 10,68% el servicio de guianza, el 7,54% el servicio de transporte y finalmente el 0,31% otros servicios como deportes extremos. Cabe recalcar que estos resultados se obtuvieron una vez encuestado y algunos de los turistas escogieron más de una opción.

Pago por servicios

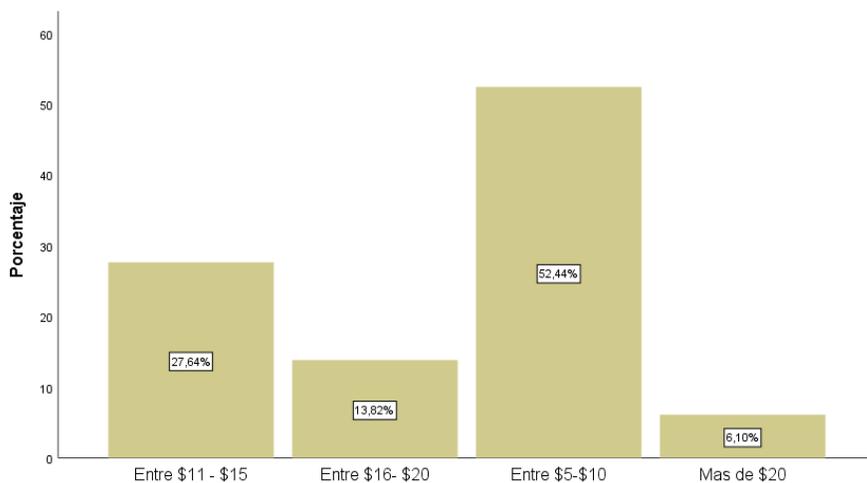
Tabla 63

Pago por servicios

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid | Entre \$11 - \$15 | 68 | 27,6 | 27,6 | 27,6 |
| o | Entre \$16- \$20 | 34 | 13,8 | 13,8 | 41,5 |
| | Entre \$5-\$10 | 129 | 52,4 | 52,4 | 93,9 |
| | Mas de \$20 | 15 | 6,1 | 6,1 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 65

Pago por servicios



¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios prestados en el emprendimiento?

El 52,44% de los encuestados está de acuerdo en pagar un costo de entre 5\$ - 10\$, el 27,64% considera pagar entre 11\$ - 15\$, el 13,82% de entre 16\$ - 20\$ y finalmente el 6,10% está a favor de pagar más de 20\$. Obteniendo, así como resultado que el 52,44% es el porcentaje más alto representando al pago por servicios de entre 5\$ - 10\$.

Duración de viaje

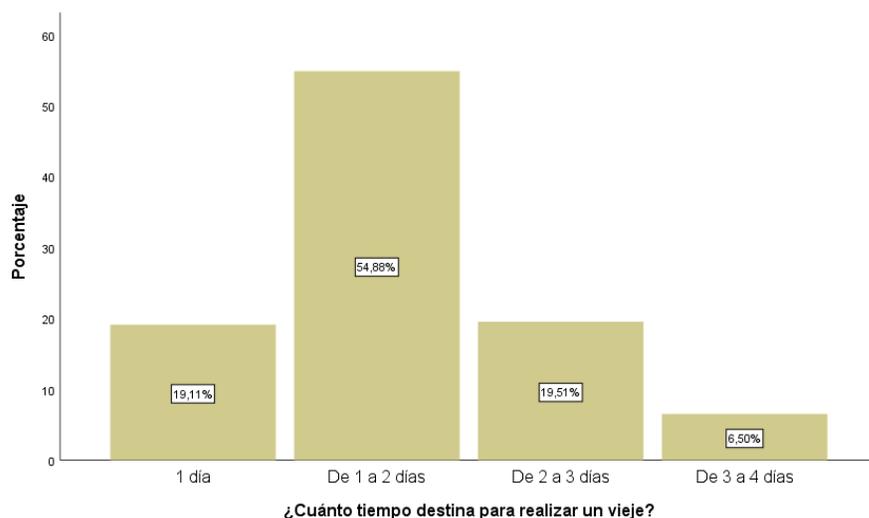
Tabla 64

Duración de viaje

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | 1 día | 47 | 19,1 | 19,1 | 19,1 |
| | De 1 a 2 días | 135 | 54,9 | 54,9 | 74,0 |
| | De 2 a 3 días | 48 | 19,5 | 19,5 | 93,5 |
| | De 3 a 4 días | 16 | 6,5 | 6,5 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 66

Duración de viaje



Los turistas que visitan la parroquia Pelileo Grande afirman que, el 54,88% de ellos designa de 1 a 2 días para realizar un viaje, el 19,51% de los mismo determina de 2 a 3 días para realizar un viaje, el 19,11% de los mismos 1 día y el 6,50% considera de 3 a 4 días. Concluyendo así que los turistas prefieren destinar para sus viajes de 1 a 2 días con el 55,88%.

Medios de comunicación se informan

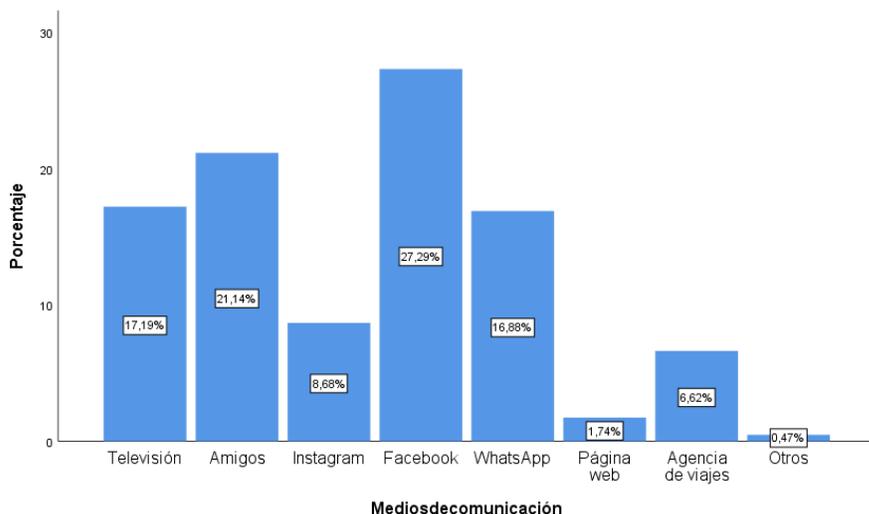
Tabla 65

Medios de comunicación se informan

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Televisión | 109 | 17,1 | 17,2 | 17,2 |
| | Amigos | 134 | 21,0 | 21,1 | 38,3 |
| | Instagram | 55 | 8,6 | 8,7 | 47,0 |
| | Facebook | 173 | 27,1 | 27,3 | 74,3 |
| | WhatsApp | 107 | 16,7 | 16,9 | 91,2 |
| | Página web | 11 | 1,7 | 1,7 | 92,9 |
| | Agencia de viajes | 42 | 6,6 | 6,6 | 99,5 |
| | Otros | 3 | ,5 | ,5 | 100,0 |
| Total | | 634 | 99,2 | 100,0 | |

Figura 67

Medios de comunicación se informan



En lo que es medios de comunicación se refiere a, el 27,29% de los turistas afirma que se informan por Facebook, el 21,14% se informa por amigos, el 17,19% está de acuerdo en que se informa por medio de la televisión, el 16,88% se informa por medio de WhatsApp, un 8,68% usa el Instagram, el 6,62% se informa por las agencias de viaje, el 1,74% por una página web y el 0,47% por otros (la radio, redes sociales, etc.). Dando, así como resultado que el porcentaje más alto es el 27,1% que usa para informarse el Facebook, cabe recalcar que estos resultados son en base a que hay encuestados que optaron por más de una respuesta.

7.6 Anexo 6. Aprobación de Propuesta por el GAD del cantón Pelileo



G.A.D. MUNICIPAL DEL CANTÓN
**SAN PEDRO DE
PELILEO**

**DIRECCIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y
DESARROLLO DE LA COMUNIDAD**

APROBACIÓN DE PROPUESTA

22 de mayo de 2023

Srta. Jahaira Rujel

Presente.-

Tenemos el bien de informar que la Srta. Jahaira Katheryne Rujel Punguil portador del documento de identificación No. 1805305669 estudiante de la carrera de Turismo de Universidad Nacional de Chimborazo, con su proyecto de titulación "EMPRENDIMIENTO Y OFERTA TURISTICA EN LA PARROQUIA PELILEO GRANDE, CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA". presento la propuesta para su respectiva aprobación por parte de la Unidad de Turismo del Municipio de Pelileo.

Por parte de la Unidad de Turismo de la municipalidad de Pelileo se **APRUEBA** la propuesta "DISEÑO DE UNA GUÍA PARA EL REGISTRO DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN LOS CATASTROS DEL GAD DEL CANTÓN PELILEO".

Washington Villarroel
Técnico de Turismo
Unidad de Turismo San Pedro de Pelileo



www.pelileo.gob.ec

Av. 22 de Julio y Padre Chacón

(03) 2 99 6700

JuntosSomosPELILEO