



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE ECONOMÍA

Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Economista

Tema:

“La industria turística en el desarrollo socioeconómico de la ciudad de Puyo”

Autora: Mejía Segovia, Sandra Marisol

Tutor: Eco. Ruiz Guajala, Mery Esperanza

Ambato – Ecuador

2016

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, eco. Mery Esperanza Ruíz Guajala, con cédula de identidad No. 110321681-6, en mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: **“LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA CIUDAD DE PUYO”**, desarrollado por Sandra Marisol Mejía Segovia, de la Carrera de Economía, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación de la misma ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Mayo de 2016

EL TUTOR



.....
Eco. Mery Esperanza Ruiz Guajala
C.I: 110321681-6

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Sandra Marisol Mejía Segovia, con cédula de ciudadanía No. 1600787210, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Proyecto Investigativo, bajo el tema: **“LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA CIUDAD DE PUYO”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Mayo de 2016

AUTORA



Sandra Marisol Mejía Segovia

CI. 1600787210

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en líneas patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Mayo de 2016

AUTORA



Sandra Marisol Mejía Segovia

CI. 1600787240

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación, sobre el tema: **“LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA CIUDAD DE PUYO”**, elaborado por Sandra Marisol Mejía Segovia, estudiante de la Carrera de Economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Mayo de 2016



Eco. Mg. Diego Proaño
PRESIDENTE



Eco. Rafael Medina Salcedo
MIEMBRO CALIFICADOR



Ing. Ana Córdova
MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

A Dios, por todas sus bendiciones sobre mi derramada

A mis padres, Edison Mejía, Marisol Segovia, siendo ellos un pilar fundamental en esta trayectoria académica, porque ellos son quienes han inculcado el valor de la lucha y persistencia en mí. Porque este reto no fue solo mío, fue suyo también y hoy con la ayuda de Dios lo estamos logrando.

A mis hermanos Jorge, Karina, Jhon, Daniel y Abigail gracias por ser parte de ese apoyo incondicional que todo ser humano necesita además de ser mi fuente de inspiración diaria para realizar mis actividades de la mejor manera, por ayudarme en esta larga trayectoria, dándome ánimos en los momentos más difíciles, recordando mis ilusiones, por darme inspiración en este rumbo y ayudarme a traspasar los diversos obstáculos,

A mis amigas, aquellas buenas y verdaderas, gracias por estar siempre presentes dentro y fuera de las aulas.

ESTE PROYECTO LES DEDICO A TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE DE UNA U OTRA MANERA HACEN POSIBLE MI ANHELO DE SEGUIR ADELANTE.

Sandra Marisol Mejía Segovia

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quisiera agradecer a Dios por brindarme salud, vida y capacidad para poder desarrollar el presente trabajo cumplir mis anhelos y sobre todo ayudarme a ser mejor persona cada día

De forma superlativa agradecer a mis padres Edison Mejía y Marisol Segovia, sé que sin su apoyo ninguna de mis metas y sueños se llegaran a concretar, agradecerles por la paciencia y los sabios consejos en tiempos difíciles así como por estar ahí compartiendo a mi lado cada una de mis alegrías, gracias por haber convertido este sueño en su sueño, gracias por haberme dado el valor necesario para poder desprenderme de mi hogar por mis estudios, gracias por hacerme saber que el estudio es la mejor herencia que los padres pueden dejar a sus hijos. A mis hermanos Jorge, Karina, Jhon, Daniel y Abigail gracias por ser parte de ese apoyo incondicional que todo ser humano necesita además de ser mi fuente de inspiración diaria para realizar mis actividades de la mejor manera posible, para poder dejar ejemplo de que las metas solo con trabajo y esfuerzo se consiguen.

Total agradecimiento a mi tutora Econ. Mery Ruiz, por la enseñanza brindada durante el desarrollo del presente proyecto, por brindarme el respaldo y la confianza necesaria en los momentos que más lo requería, por transmitirme un poco de su sabiduría plasmada en este trabajo.

A mis amigas por ser ese apoyo incondicional durante el transcurso de mis estudios universitarios y pasar junto a mí en una de las etapas más importantes de mi vida gracias por caminar junto a mí en esta trayectoria académica, más que una rutina se convirtió en nuestra experiencia.

En fin a quienes han hecho posible este sueño, un agradecimiento fraternal y afectivo.

Sandra Marisol Mejía Segovia

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA ECONOMÍA

TEMA: “LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA CIUDAD DE PUYO”

AUTORA: Sandra Marisol Mejía Segovia

TUTOR: Eco. Mery Esperanza Ruiz Guajala

FECHA: Mayo de 2016

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación hace hincapié a la industria turística en el desarrollo socioeconómico de la ciudad de Puyo. El cual involucra el problema de investigación, y se realiza la formulación del problema que está planteada de la siguiente manera el desarrollo socio económico de la ciudad con relación a la actividad turística, con la realización del árbol de problemas se realizó un análisis de las causas y efectos del problema, llegando a determinar el tema principal, la Industria turística en el desarrollo socioeconómico. Con las investigaciones realizadas, se analiza las variables y los fundamentos teóricos, consiguiendo varias fuentes de información que tratan sobre el tema la industria turística y el desarrollo socioeconómico que aporta a la investigación y el proceso realizado, esta investigación se realiza acorde lo que se necesita para el proyecto de investigación.

La metodología, en este apartado se describe el método de investigación y se muestra el plan de recolección y procesamiento de la información, determinando así el tamaño de la población y muestra, para el presente proyecto de investigación el tamaño de la muestra es 125 empresarios turísticos de varios sectores como el de alojamiento, alimentación, operación turística, diversión y transportación.

Análisis e Interpretación de Resultados: se ejecuta un análisis de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los 125 propietarios y a los tres técnicos de las entidades oficiales que manejan turismo.

PALABRAS DESCRIPTORIAS: INDUSTRIA TURÍSTICA, DESARROLLO SOCIOECONÓMICO, MUESTRA, POBLACIÓN, ACTIVIDAD DEL NEGOCIO.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT
CAREER OF ECONOMY

TOPIC: "THE TOURIST INDUSTRY IN THE SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT OF PUYO"

AUTHOR: Sandra Marisol Mejía Segovia

TUTOR: Eco. Mery Graciela Ruiz Guajala

DATE: May 2016

ABSTRACT

This research emphasizes the tourism industry in the socioeconomic development of the city of Puyo.

Which involves research problem and the formulation of the problem is posed as follows performed socio-economic development of the city in relation to tourism, with the realization of the problem tree analysis was performed the causes and effects of the problem, coming to determine the main theme, the tourism industry in economic development. With investigations, the variables and the theoretical basis is analyzed, getting various information sources dealing with the topic the tourism industry and socio-economic development that contributes to the investigation and prosecution conducted this research is done according the It needed for the research project.

The methodology, this section the research method is described and the plan of collecting and processing information is displayed, thus determining the size of the population and sample for this research project the sample size is 125 tourism businesses from various sectors such as housing, food, tour operation, fun and transportation.

Analysis and Interpretation of Results: An analysis of the results of the surveys of 125 owners and the three technicians official tourism entities that handle runs.

KEYWORDS: TOURISM INDUSTRY, ECONOMIC DEVELOPMENT, SAMPLE, POPULATION, BUSINESS ACTIVITY.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	x
ÍNDICE GENERAL	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xviii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	2
1.1. DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Tema.....	2
1.1.2 Contextualización	2
1.1.4 Análisis crítico	7
1.1.5 Prognosis	8
1.1.6 Formulación del problema.....	8
1.1.7 Preguntas directrices o interrogantes	9
1.1.8 Delimitación	10
1.2 Justificación.....	10

1.3	OBJETIVOS	11
1.3.1	Objetivo General.....	11
1.3.2	Objetivos Específicos.....	11
CAPÍTULO II		12
2.1	ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	12
2.2	FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	31
2.2.2	Epistemológico	31
2.2.5	Axiológico	31
2.2.6	Fundamentación legal	32
2.3.	PREGUNTAS DIRECTRICES O HIPÓTESIS	33
2.3.1.	Hipótesis	33
2.3.2	Señalamiento de variables	33
CAPÍTULO III.....		34
3.1	MODALIDAD, ENFOQUE Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	34
3.1.1	Modalidad.....	34
3.1.2	Enfoque.....	35
3.1.3	Nivel de investigación.....	35
3.2	POBLACIÓN, MUESTRA, UNIDAD DE INVESTIGACIÓN.....	36
3.2.1	Población	36
3.2.2	Muestra.....	37
3.3	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	39
3.4	PLAN DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN	40
3.4.1	Tabla de recolección de información	41
3.4.2	Plan de procesamiento de información	42

CAPÍTULO IV	43
4.1 PRINCIPALES RESULTADOS	44
4.1.1 Encuesta dirigida a los empresarios	45
4.1.2 Análisis Estadístico	63
4.1.4 Análisis de la industria turística.....	64
4.1.5 Verificación de la hipótesis	66
4.1.6 Entrevista directores de las entidades públicas.....	68
4.3 CONCLUSIONES	74
4.3 RECOMENDACIONES	76
1.7. Análisis de las 4 p's.....	82
1.8. Estrategias de producto	82
1.9. Estrategias de Promoción	88
1.10. Estrategia de distribución	91
1.11. Cronograma de actividades del plan de marketing.....	92
1.12. Presupuesto.....	93

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1. Matriz de población.	38
Tabla 2. Matriz de frecuencia relativa y absoluta.	38
Tabla 3. Muestra por actividad económica.	38
Tabla 4. Matriz de Operacionalización de la variable Industria Turística.	39
Tabla 5. Matriz de Operacionalización de la variable Desarrollo Socioeconómico.	40
Tabla 6. Matriz de recolección de información.	41
Tabla 7. Matriz del Plan de procesamiento de información.	42
Tabla 8. Edad promedio informantes.	45
Tabla 9. Género Informantes.	45
Tabla 10. Actividad del Negocio.	46
Tabla 11. Tiempo que funciona la empresa.	48
Tabla 12. Género y número de empleados de la empresa.	49
Tabla 13. Gasto promedio mensual de la empresa.	50
Tabla 14. Ingreso Mensual de la Empresa.	51
Tabla 15. Pago mensual promedio por contribución (SRI).	53
Tabla 16. Gastos anuales por impuestos de la empresa.	54
Tabla 17. Turistas que llegan a la empresa mensualmente.	55
Tabla 18. Flujo turístico de la empresa.	57
Tabla 19. Pertenece la empresa a una asociación o gremio.	58
Tabla 20. Considerar ampliar su empresa.	59
Tabla 21. La infraestructura de la empresa es adecuada para el turismo.	60
Tabla 22. Ha recibido apoyo gubernamental su empresa.	61
Tabla 23. Políticas que debe implementar el gobierno municipal para impulsar el turismo.	62
Tabla 24. Análisis de correlación ingresos- gastos.	63
Tabla 25. Número de actividades de negocio.	64
Tabla 26. Tabla de variación porcentual.	64
Tabla 27. Contribuciones por año miles de dólares.	65
Tabla 28. Variación porcentual Ingresos.	65

Tabla 29.Verificación de la hipótesis	66
Tabla 30.Correlación Ingresos- llegada de turistas.....	67
Tabla 31. Matriz FODA.....	81
Tabla 32. Marketing Mix	82
Tabla 33.Desarrollo de la Identidad visual	83
Tabla 34.Capacitación Guías turísticos	87
Tabla 35.Desarrollar encuestas dirigidas a los visitantes	88
Tabla 36.Técnicas publicitarias	89
Tabla 37.Diseño de nuevos instrumentos promocionales.....	90
Tabla 38.Difusión de los atractivos por medio de redes sociales	90
Tabla 39.Distribución material publicitario.....	91
Tabla 40.Presupuesto	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfica 1. Indicadores de la Variable Industria Turística.....	44
Gráfica 2. Indicadores de la variable desarrollo socioeconómico	44
Gráfica 3. Género Informantes	46
Gráfica 4. Actividad del negocio	47
Gráfica 5. Tiempo que funciona la empresa	48
Gráfica 6. Género y número de empleados de la empresa	49
Gráfica 7. Gasto promedio mensual de la empresa	50
Gráfica 8. Ingreso Mensual promedio de la Empresa.....	52
Gráfica 9. Pago mensual promedio por contribución (SRI)	53
Gráfica 10. Gastos anuales por impuestos de la empresa	55
Gráfica 11. Turistas que llegan a la empresa mensualmente	56
Gráfica 12. Flujo turístico de la empresa	57
Gráfica 13. Pertenece la empresa a una asociación o gremio	58
Gráfica 14. Considerar ampliar su negocio	59
Gráfica 15. Infraestructura de la empresa es adecuada para el turismo.....	60
Gráfica 16. Ha recibido apoyo su empresa	61
Gráfica 17. Políticas que debe implementar el gobierno municipal para impulsar el turismo	62

INTRODUCCIÓN

La industria turística es una de las fuentes que permite el desarrollo de las demás industrias, y del área o lugar en el cual se ha realizado un realce del mismo, ésta va emparejando una conjunto de acciones como la oferta comercial, movilidad, servicios básicos, artículos de primera necesidad, entre otros, los cuales buscan satisfacer las necesidades de aquellos que en este operar se convierten en turistas, o viajeros que demandan de ellos, cada actividad, y dinámica van por sí moviendo capitales, modernizando y transformando microempresas que contribuyen a mejorar los servicios, actividades comerciales, que la industria turística requiere de manera diaria.

El **Capítulo I** encamina el problema a investigar, formulación del problema, justificación del proyecto de investigación y los objetivos planteados.

Capítulo II, marco teórico el cual contiene las investigaciones realizadas sobre la industria turística, el desarrollo socioeconómico y más fundamentaciones científicas del estudio.

El **Capítulo III** se centra en la metodología y la forma de recolección de la información utilizada para llevar a cabo la investigación, además del enfoque y el nivel de investigación manipulado y proyectado en el presente proyecto de investigación, la aplicación del chi cuadrado y un análisis estadístico de los resultados obtenidos con el programa SPSS.

En el **Capítulo IV** se presentan los resultados y sus respectivas interpretaciones del estudio con énfasis en la industria turística.

Incluyendo las conclusiones y recomendaciones del estudio y su bibliografía.

CAPITULO I

ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.1 Tema

La Industria Turística en el Desarrollo Socioeconómico de la Ciudad de Puyo.

1.1.2 Contextualización

Para América Latina la industria turística es primordial para el desarrollo económico de sus pueblos como Costa Rica, Brasil, México, Colombia, Perú, Ecuador entre otros que buscan posicionarse como un destino turístico y medio de vida para la población local, es ahí que se toma como referencia lo mencionado por el (BID, 2015) “El turismo internacional en América Latina y el Caribe ha crecido un 50 % en la última década... el turismo representa el 6,4% del empleo total directo e indirecto en América Latina, lo cual equivale a 1 de cada 15,7 empleos”. Durante décadas el turismo ha experimentado continuo crecimiento y total diversificación llegando a convertirse hoy en día en un sector dinámico y primordial en la economía de cada región o país. Es ahí donde se genera el interés de conocer en qué grado la industria turística impacta en el desarrollo socio económico de un país o de una región o localidad.

Para el (BID, 2015) en su publicación resalta como influye económicamente en América Latina en cifras muy importantes que dice que: La contribución directa e indirecta de la industria turística a la economía de América Latina durante 2009 fue la siguiente: 6,6% al Producto Bruto Interno (US\$177 mil millones), US\$45.000 millones de inversión de capital, lo que equivale al 8,3% del total de inversiones, y US\$13.000 millones de gasto público, lo que equivale a una fracción de 2,9%.

El desarrollo adecuado del sector turístico implica la mejora de infraestructura, como aeropuertos, carreteras, puertos marítimos que permitan el ingreso oportuno de los turistas y mercaderías. Con el impulso de la industria turística se ha favorecido al crecimiento económico de la región, concentrándose la mayor parte de la riqueza en

Brasil y México (73%) según la (Organización Mundial del Turismo, 2015) el resto entre Argentina, Perú, Colombia. El turismo llega a considerarse como sector económico dentro de los países y regiones puesto que genera riqueza, obviamente, si es correctamente explotado.

En América Latina los ingresos por turismo internacional alcanzaron los 274.000 millones de dólares, representando un incremento del 3%. Dando lugar al crecimiento de su cuota de visitas mundiales con un 16%, además su cuota de ingresos económicos tuvo un ascenso del 22%. Para América Central se registró un sólido crecimiento en el 2014 con respecto a la llegada de turistas, representado por un 6%, siendo Guatemala y Belice los que registraron un crecimiento de 9% cada país, seguidos de Nicaragua con un 8%, Panamá, El Salvador alcanzaron un 5% respectivamente y Costa Rica un 4%. Las llegadas a América del Sur incrementaron un 5% en 2014, debido al empuje de los países que integran esta región: Argentina 13%, Ecuador 14%, Colombia 12%, Paraguay registró un 6%, Chile y Perú, 3% y 2%. (Organización Mundial del Turismo, 2015).

En el año 2014, Brasil fue el país que registró el mayor crecimiento de visitas turísticas, debido a la ejecución de la copa mundial, permitiendo que alrededor de un millón de personas se encuentran con empleo, llegando a obtener puestos fijos un total de 700000 personas según (Anonimo, 2014). El gobierno central para el correcto desarrollo de este evento invirtió alrededor de 11 mil millones de dólares, en inversiones de capital, con el único objetivo de obtener la satisfacción de los visitantes.

(Anonimo, 2014) Que dice:

“De enero a marzo, en Brasil la media del ingreso de divisas en las empresas turísticas creció un 7,1% con relación al mismo periodo de 2013, lo que representa un total de US\$ 3.850 millones en los primeros tres meses de 2014. Entre las áreas investigadas, las que presentaron mejores resultados fueron el turismo receptivo, con un promedio de crecimiento del 14,7%; las agencias de viaje con un 9,6%, de la misma manera que los parques y atracciones turísticas; y los medios de hospedaje, cuyo ingreso de divisas se elevó un 8,9%.” (Sección Internacional, párr. 4)

América Latina en el 2014 obtuvo un gran crecimiento con respecto a todas las regiones del mundo, según la (Organización Mundial del Turismo, 2015) registrando un

incremento del 8%, acogiendo alrededor de 13 millones de viajeros, y aumentando a 181 millones el total de llegadas obteniendo un incremento de 16%, los ingresos por turismo internacional en la región alcanzaron los 274.000 millones de dólares, lo que implicó un ascenso hasta el 22%.

El Foro Económico Mundial (FEM) recientemente elaboró un estudio de competitividad sobre viajes y turismo. Según el informe, el sector del turismo genera la mayoría de los nuevos puestos de trabajo en los países en desarrollo. (Congreso Interamericano de Turismo, 2011), El Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) en el año 2010 aprobó un monto de 5 millones de dólares para financiar diez nuevos proyectos de turismo sostenible en América Latina y el Caribe.

Todo este Panorama en América Latina y el Caribe ha permitido que Ecuador con su estrategia también haya crecido en turismo; desde el punto de vista geográfico Ecuador es un país pequeño territorialmente hablando, siendo esta no una desventaja sino al contrario, se ha convertido en una ventaja competitiva ya que permite al turista conocer entornos geográficos y biológicos totalmente distintos en cuestión de pocas horas, que hace de este país un lugar atractivo para el turista, convirtiéndose en una potencia turística que en los dos últimos años está en la agenda de los viajeros y turistas que buscan destinos verdes.

Según (El comercio, 2014). El futuro económico del Ecuador radica en la industria turística, es por ello que el gobierno central ha realizado fuertes inversiones en el sector, alcanzando en el año 2014 una inversión de 60 millones de dólares a comparación de años anteriores como en el año 2006 su máxima inversión fue de 6 millones de dólares, el país posee dependencia económica en el petróleo, y en los últimos años ha buscado desvincular dicha dependencia, a través de la explotación de otros sectores como lo es el turismo, realizando grandes inversiones que impulsen el desarrollo de dicho sector, con una inversión de 20 millones de dólares se llega a crear la campaña “All you need is Ecuador” teniendo como resultado la aceptación del turista internacional, en el 2014 según la revista (Lideres, 2015) esta campaña atrajo alrededor de 1,55 millones de turistas, lo que significó un incremento del 14%, más que en años anteriores.

(El Universo, 2014) Manifiesta que “entre enero y noviembre de 2014, un 24% de los turistas provino de Colombia, 17% de Estados Unidos 12% de Perú, los principales emisores de vacacionistas al país”. (Sección Noticias Ecuador, párr. 4)

El Ministerio de Turismo ha impulsado inversiones por parte del sector privado hacia esta industria turística, generando una inversión aproximada de 211 millones de dólares, durante el 2014, obteniendo mayores cantidades las provincias de Guayas, Manabí, Pichincha y Azuay, especialmente, el sector hotelero. La industria turística en el 2014 fue la tercera fuente económica no petrolera del Ecuador que generó 1487, 1 millones de dólares, obteniendo un gran resultado en el PIB. Ecuador se encuentra presente en mayor proporción en ferias internacionales según la (MINTUR, 2014) en Madrid, ITB en Alemania y WTM en Londres, lo cual le ha permitido obtener varios reconocimientos, tal es el caso como la obtención del World’s Leading Green Destination 2014 (“Mejor Destino Verde del Mundo 2014 y 2015”).

Los atractivos turísticos que posee Ecuador, genera la abundancia de turistas, según la (MINTUR, 2015): Entre las áreas naturales del país más visitadas se destacan Área de Recreación Isla Santay, el Parque Nacional Machalilla, el Parque Nacional Galápagos, el Parque Nacional Cotopaxi y la Reserva Ecológica Cotacachi- Cayapas a las que corresponden 21.5%, 12.7%, 12.2%, 10.1% y 8.7% en su orden, del total de visitas. (Pág. 64)

La ciudad posee sus mayores atractivos en los alrededores de este, obteniendo mayor afluencia los siguientes lugares turísticos: Finca Sarahí, Yanacocha, Casa del Árbol, Parque Real de Aves Exótica, Omaere, Paseo de los Monos, Paseo Turístico Río Puyo, Zocriadero Tarqui, Jardín Botánico las Orquídeas, Museo antropológico Puyo, Artesanías Sacha Wasi, Casa de la Balsa, donde la oferta de alojamiento y alimentación han impulsado la generación de negocios y oportunidades de trabajo.

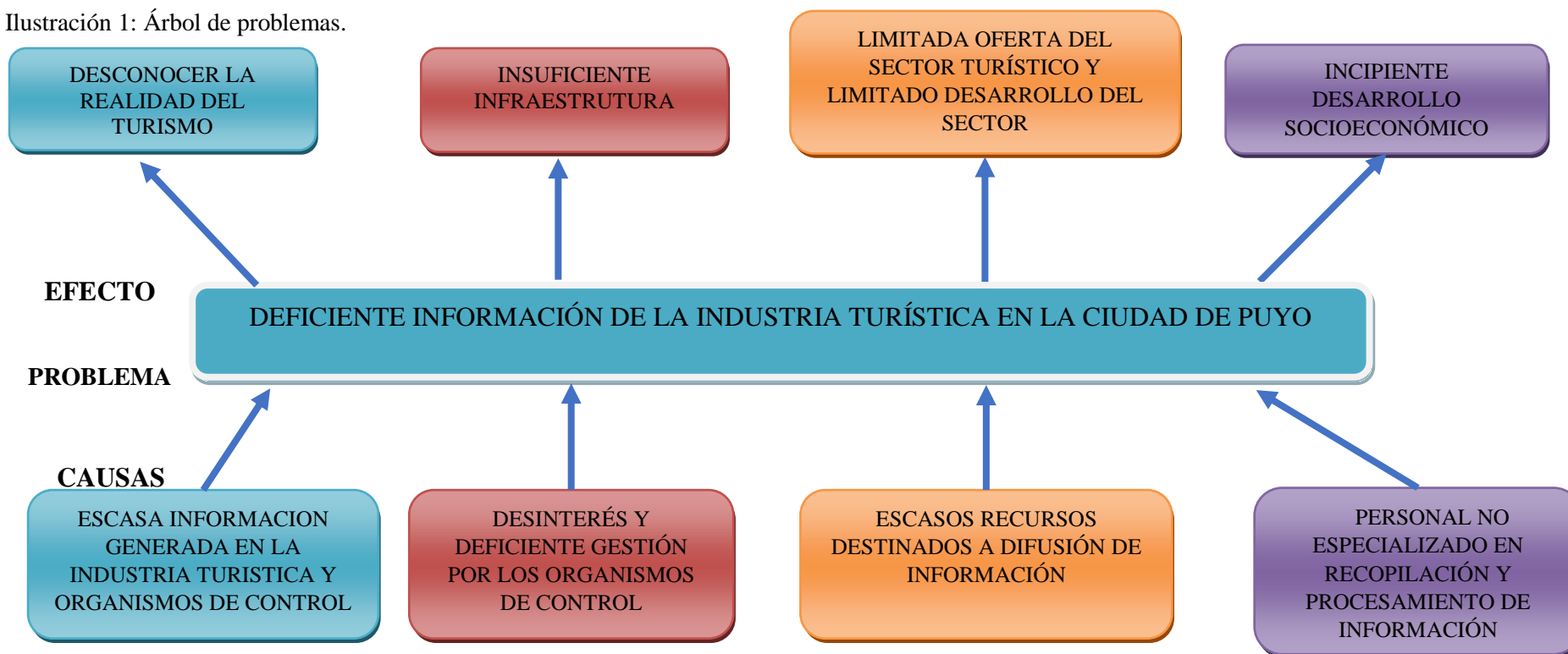
Según el (MINTUR, 2015) Pastaza cuenta con un catastro de aproximadamente 300 establecimientos en la gran parte de tercera categoría que corresponde al servicio de alimentación y alojamiento, el nivel ocupacional de alojamiento es del 40% de las instalaciones y el de alimentación del 60%, la tarifa promedio de hospedaje es del \$12,00 y de alimentación de \$2,00. (SP)

Por otra parte según los registros del SRI en el año 2013 se obtuvieron contribuyentes directos por turismo con un total de 1632 y 1201 contribuyentes indirectos, alcanzando una recaudación total por turismo de \$18.244.577,6 de dólares.

En esta conexión de oferta y demanda la ciudad de Puyo se ha convertido en un lugar comercial y turístico, ha conseguido brindar un servicio calificado, y con lo que respecta a calidad y costos, es aceptable. Con la mejora de los servicios existentes mucho de los negocios se han convertido en lugares de tercera y segunda categoría, es decir sus mejoras permiten una gran aglomeración de turistas. Como lo menciona el INEC (2001) La economía local se basa en el comercio y gran parte labora como empleado público, como también en actividades agrícolas hay una buena parte de trabajadores artesanales y por cuenta propia.

1.1.4 Análisis crítico

Ilustración 1: Árbol de problemas.



Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

1.1.5 Prognosis

La realidad del turismo o cómo se encuentra actualmente es indescriptible ya que no existe información sobre la industria turística, es decir información plena que ayude a tener una lógica de cuanto ha evolucionado.

Para obtener una gran cantidad de turistas es necesario conseguir una infraestructura adecuada que invada el interés, comodidad de los turistas, pero cómo conseguir sin el interés y deficiente gestión por parte de los organismos de control.

Debido a la inexistencia o escasas de recursos destinados a la difusión de información existe una limitada oferta del sector turístico debido a eso su poco desarrollo.

Personal no especializado en recopilación y procesamiento de información, despejada la probabilidad de que se pueda obtener información adecuada para poder determinar cuan desarrollada se encuentra la industria turística.

1.1.6 Formulación del problema

Durante el año 2015 la actividad turística en la ciudad de Puyo ha ido en crecimiento, convirtiendo a esta actividad en un factor importante de su desarrollo, se evidencia vía catastro turístico el porcentaje de crecimiento de las empresas y el aporte económico, así como la generación de empleo local por turismo, las familias que mejoran su ingreso económico en muchas de las modalidades del turismo como es el turismo comunitario, el ecoturismo, los deportes de aventura y el turismo familiar que son los que mayormente se practican en la ciudad y sus alrededores.

Puyo es la cabecera cantonal y parroquia urbana, se encuentra en el centro-oriente del país, está conectada por carretera de primer orden con el eje urbano central del país, la industria turística que se desarrolla no evidencia el aporte que brinda y su importancia a la economía local y como ésta dinamiza otras economías con el incremento de nuevos negocios y el incremento de empleo directo e indirecto ya que en esta actividad turística se requiere el apoyo y la generación de servicios de otros mercados como es el artesanal, el productivo que asiste a la cadena de valor de los alimentos, las farmacias, tiendas comerciales, entre otras.

Es necesario realizar una investigación de estos parámetros y de la realidad local para conocer si la industria desarrolla socioeconómicamente a la ciudad de Puyo, como lo hace y cuáles son los alcances y logros y sus impactos.

Se formula entonces: ¿Cómo la industria turística incide en el desarrollo socioeconómico de la ciudad de Puyo?

Variable Independiente (Causa)

Industria Turística

Variable dependiente (Efecto)

Desarrollo socioeconómico

1.1.7 Preguntas directrices o interrogantes

- ¿La realización de un diagnóstico de la industria turística en la ciudad de Puyo permitirá detectar la problemática del sector?
- ¿Se podrá determinar el impacto socioeconómico de la industria turística con el diagnóstico levantado?
- ¿Será posible sugerir una alternativa de solución que aporte a la industria turística y al desarrollo socioeconómico de la ciudad de Puyo?

1.1.8 Delimitación

Campo: Economía

Aspecto: Actividad económica

Delimitación espacial: Ciudad de Puyo

1.2 Justificación

El turismo es parte vital del desarrollo socioeconómico de un pueblo, ciudad y como es el caso para la ciudad amazónica Puyo, se encuentra ubicado en la región oriente del Ecuador, cabecera cantonal de la Provincia de Pastaza, ciudad que posee amplio potencial turístico pero no es correctamente explotado como corresponde. El interés por resolver este problema es de gran importancia para la ciudad de Puyo, puesto que se adoptaran medidas que permitan una adecuada explotación de la industria turística.

Considerando que Puyo pertenece a la provincia más grande del País, con una extensión territorial 29.325 km² pero sin embargo es la ciudad menos desarrollada económicamente, demográficamente y turísticamente, lo que afecta a un adecuado desarrollo de las actividades como es el turismo.

Su economía se basa en el desarrollo agrícola, turístico y comercio, siendo de gran interés la correcta explotación del turismo, con la finalidad de mejorar las condiciones de vida de la ciudadanía, con la creación de más obra pública,

lugares adecuados de recreación, alumbrado público, en si servicios básicos que dinamicen las economías locales; con la industria de turismo se obtiene ingresos significativos para la ciudad pero se considera que puede dar mucho más si se desarrollara de manera planificada y ordenada. Según el censo 2010 existen 24.075 personas económicamente activas en la ciudad de Puyo, y aproximadamente 300 establecimientos turísticos registrados en el MINTUR, además de mencionar los 600 establecimientos en el Ministerio del Interior. Con organizaciones y gremios privados que ordenan la actividad como es la CAPTUR Pastaza, ASATUP, AHOTEP, AGENTURPAS; AGUITURP.

El trabajo de investigación contribuye a un estudio técnico, que se ha logrado con la información recolectada tanto primaria como secundaria y a fortificar una propuesta que permita incentivar la industria turística dando así desarrollo socioeconómico a la ciudad.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Estudiar la industria turística en el desarrollo socioeconómico de la Ciudad de Puyo.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico de la industria turística en la ciudad de Puyo con el fin de detectar la problemática del sector.
- Determinar el impacto socioeconómico de la industria turística
- Sugerir una alternativa de solución que aporte a la industria turística y al desarrollo socioeconómico de la ciudad de Puyo

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Probablemente una de las industrias más complejas es la industria turística que genera un encadenamiento de servicios con el fin de satisfacer a los turistas, es ahí donde nace también la necesidad de poder emitir información actualizada y estadística que le permita al inversor tomar decisiones muy aterrizadas a la realidad y demanda actual, por ello para la investigación se recurrió a instituciones gubernamentales, oficiales y entidades económicas que reflejan datos relevantes y apropiados para el estudio en el que se pueda basar y tomar datos para ser analizados y procesados.

La industria turística es una amplia gama de servicios que implica satisfacer las necesidades del viajero o turista en cada destino, en la que se resalta alojamiento, alimentación, diversión, recreación, operación turística, transporte turístico como beneficiarios directos de esta actividad y sin embargo los servicios indirectos pueden resaltarse a las farmacias, tiendas artesanales, almacenes, entre otros; cuando se habla de turismo, ésta actividad viene de la mano con las facilidades y servicios, como la creación de otras estructuras como aeropuertos, autopistas, servicios de agua potable y la conservación de espacios culturales. Permitiendo de esta manera la llegada adecuada y trato oportuno hacia los turistas, que son de quienes se sustenta el sector turístico.

(Altimira & Muñoz, 2007), estudió el tema “El turismo como motor de crecimiento económico”

Como objetivo de estudio pretende determinar los principales factores económicos que influyen de manera directa e indirecta en la industria turística, permitiendo analizar el impacto que genera en el crecimiento económico.

En el presente estudio los autores realizan un análisis económico profundo de la industria turística empezando por el análisis de las cuentas satélites de turismo en el que resalta el objetivo primordial de dicha herramienta, que consiste en dotar de información a los gobiernos, empresas y agentes económicos que se encuentran implicados para la ejecución de políticas turísticas y desarrollo de nuevos negocios. Además los autores analizan los gastos en bienes y servicios realizados por los visitantes, posteriormente analizan los impactos económicos directos e indirectos que genera la industria turística en la sociedad determinando los impactos económicos, en el que analizan la creación de riqueza, su distribución y generación de empleo; el impacto físico y por último analiza el impacto social y cultural, en el cual el visitante con el residente pueden relacionarse, compartir información y conocerse mutuamente.

Como conclusión relevante los autores determinan que el turismo es una fuente de ingreso, en los países en desarrollo se sustenta por la inversión privada; puesto que son los que mayormente generan ingresos fiscales y con dichos ingresos permite generar servicios de salud, educación e inversión en infraestructura.

(Conferencia de las Naciones Unidas, 2013) Analizan el tema “Contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible”

Se manifiesta que el turismo contribuye al crecimiento económico y reducción de la pobreza siempre y cuando la industria genere empleo e ingresos con su sistema integrado de hacia atrás y hacia adelante; es decir que involucra múltiples actividades económicas como la actividad agrícola que es la principal fuente de suministro, las actividades servicios, el turismo es una actividad integradora puesto que necesita del apoyo de otras actividades para su completo desarrollo, sin olvidar el desarrollo de infraestructura como carreteras, aeropuertos etc.

Se concluye que el turismo es una fuente generadora de riqueza siempre y cuando permita la generación de plazas de empleo y permita obtener ingresos, se determina que el turismo es un círculo económico que abarca muchas actividades, su correcto funcionamiento se basa en el correcto desarrollo de otras actividades.

(Rodríguez, 2014), estudió el tema “La contribución del Turismo al crecimiento Económico de México: Un análisis por ramas características del sector”.

Como objetivo de estudio de este artículo se propone medir el nivel de impacto que posee la industria turística en el crecimiento económico, a través de la desagregación del sector en sus ramas pertinentes.

La metodología abordada en este estudio es empírico, en la que se utiliza como población de estudio la Ciudad de México, Previo al estudio se aplica la metodología propuesta por Ivanov y Webster (2007) dicha metodología únicamente permite medir el impacto directo de cada una de las ramas características del turismo sobre el crecimiento económico, para ello hace uso de datos del PIB per cápita y de la actividad turística, se desagrega el sector turístico en ramas características, artesanías, servicios de alojamiento, tiempos compartidos, segundas viviendas, transportes, esparcimiento, restaurantes, bares y centros nocturnos y, finalmente, otros servicios con la finalidad de medir la importancia y contribución al crecimiento económico.

Los resultados más importantes arrojados por la investigación permiten determinar que el turismo contribuye levemente al crecimiento económico del país, y se puede decir que dentro de las ramas características del turismo tenemos la actividad turística de alojamiento y restaurant que son consideradas actividades directamente relacionadas con el turismo.

La conclusión más notable a la que llego el autor es que la industria turística posee gran importancia en el país de México, puesto que aporta de manera significativa al crecimiento del país. Considerando que en los años de estudio la aportación del sector turístico es positiva. El resultado muestra una clara evidencia de la importancia que el sector turístico tiene para la economía mexicana.

El turismo se ha convertido en un eslabón importante dentro de la economía de los países, puesto genera el ingreso de divisas, genera fuentes de empleo es por ello que se ve en la ligera necesidad de seguir impulsando e innovando dicha actividad.

(Such, Zapata, Risso, Brida, & Pereyra, 2009), estudiaron el tema “Turismo y crecimiento económico: un análisis empírico de Colombia.”

Los autores del artículo pretenden demostrar la relación directa e importante que existe entre la industria turística y el crecimiento económico, demostrando el gran aporte económico que genera la industria al País.

Para el desarrollo de la investigación los autores se han destacado y desagregado en dos partes de estudio, la primera a través de la metodología de Ivanov y Webster (2007) permitiendo cuantificar el aporte de la industria turística a la economía colombiana desde la década de 1990 hasta el año 2006. El método tiene la particularidad de utilizar el PIB real per cápita como medida de crecimiento económico el cual se desglosa en un crecimiento económico generado por el turismo y crecimiento económico generado por otras industrias. Dicha metodología posee la característica principal que permite determinar lo que realmente sucedió. La segunda modalidad de estudio es la aplicación de las técnicas de co-integración desarrolladas por Johansen (1988) que permite determinar la importancia que tiene el sector turismo con relación al crecimiento económico de largo plazo.

Como conclusion los autores pueden determinar que desde el año 2000 existe un crecimiento sostenido de las actividades del turismo a la economia colombiana,ademas consideran oportuna la aplicación de politicas publicas que permitan un adecuado desarrollo turistico, puesto que Colombia es un pais con mucha diversidad turística mas siembargo poco explotada.

Para Ecuador la Industria Turística está enmarcada en el PLANDETUR que es el Plan de Desarrollo Turístico al 2020, en la que se resalta el trabajo de la industria

a nivel privado y la facilitación de las obras de inversión del estado, todo ello para lograr que esta herramienta ordena, integre y oriente a los inversionistas a generar una oferta de calidad en las nuevas modalidades y ser parte del mercado mundial en turismo. El modelo de desarrollo es público, privado y comunitario.

La cuenta satélite es un proyecto que Ecuador estará iniciando para el año 2016 en el que se pretende generar información segmentada del mercado turístico y como motiva los viajes, como genera empleo y los impactos en los destinos.

El empleo que genera la industria de turismo es del 5,46%, por ejemplo para el 2013 con 25557 personas empleadas en turismo, para el sector de alojamiento un 32,5% y en los restaurantes 67,5%, según lo que menciona la revista (La Barra, 2015).

Galápagos cuenta con el primer observatorio turístico en el que se analiza el perfil del turista y como éste genera divisas para el país y el empleo local para las empresas que generan turismo en tierra y turismo a bordo. (El comercio, 2015) menciona que las Islas Galápagos fueron declaradas, en 1978, Patrimonio de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). El turismo en las islas Galápagos creció un 6% en 2014 hasta llegar a los 215 691 visitantes, de los cuales un 70% fueron extranjeros (149 997) y de éstos el mayor número eran estadounidenses, estadounidenses fueron los turistas extranjeros con mayor presencia en las Galápagos el año pasado, con un 26% del total de visitantes, seguido por ciudadanos de Reino Unido (6%), Alemania, Canadá (4%), Australia (4%), Argentina (3%) y el restante 23% de otros 153 países. El 65% de los visitantes se hospedó en hoteles u otros establecimientos en las poblaciones de las islas por un periodo medio de 5 días y un 35% llegaron en "cruceiros navegables", con una permanencia promedio de 7 días.

Según el (Consejo de Gobierno del Regimen especial de Galápagos, 2013) manifiesta que: "El sector turístico se conforma de 298 (23%) establecimientos,

distribuidos en 137 restaurantes y cafeterías, 25 locales de expendio de bebidas, 24 operadores turísticos y agencias de viaje, 10 agencias de transporte aéreo”.

Galápagos es un destino posicionado a nivel mundial, ganador de varios premios y que ha posicionado a Ecuador como un destino verde, como un destino de naturaleza, además el gobierno del Ecuador, buscando rescatar las actividades tradicionales del país y con el objetivo de promover el turismo rural y sostenible, ha definido rutas turísticas donde los visitantes pueden interactuar con los residentes de las comunidades. Con el turismo gastronómico dando oportunidades de empleo, de cultura y un crecimiento en el desarrollo del país en el ámbito económico.

En la región Costa: La cual posee un atractivo turístico muy particular la Ruta del Sol, además la existencia de la ruta de la fruta de mayor exquisitez, es decir la Ruta del Cacao. De la misma manera en la Region Insular, mayormente conocida por la Cordillera de los Andes, y su diferencia con las otra regiones de ser un lugar calido a convertirse en uno frío, resaltando además la implementación de la ruta del tren, que permite conocer las maravillas de cada provincia, y en la región Amazónica la Ruta del Agua (Yakuñamby) que destaca varios escenarios naturales en donde el principal elemento es el Agua.

En la provincia de Pastaza actualmente se está fomentando un observatorio turístico la cual la protagoniza la Universidad Estatal Amazónica, buscando generar estadísticas turísticas para la toma de decisiones políticas, administrativas, y de inversiones del sector.

Es relevante las investigaciones y aportes de investigaciones previas que han realizado como es el caso de (Padilla, 2001) en su investigación denominada Potencial Turístico en la ciudad de Puyo y sus alrededores menciona que: “El turismo tiene como función buscar los lugares donde el turista y el nativo puedan disfrutar tratando de lograr una permanente interrelación social, influyendo en la economía y forma de vida del hombre por lo que debe ser controlada ya que el

ingreso de divisas al país por turismo lo estimulan pero también hacen que aumente el precio de los bienes y servicios. (pág.2).

Así mismo (Garzón, 2014) en su investigación Estudio del impacto económico y turístico de la ciudad de Puyo por el crecimiento del Corredor Baños Puyo dice que: “ A partir de la década de los 90, Baños de Agua Santa presenta un incremento acelerado del flujo y servicios turísticos, lo que influye en el desarrollo del corredor Baños – Puyo, y a su vez impacta a la ciudad de Puyo con la expansión de su oferta turística, la cual no ha sido gestionada correctamente por la incipiente investigación que existe sobre este hecho”. (pág. 23)

Uno de los proyectos emblemáticos de la ciudad de Puyo es el Parque Acuático según el (Ministerio De Turismo Gerencia Regional Amazonica, 2010) “Fue construido durante los años 2003 y 2004, por la Alcaldía del Cantón Pastaza, con el objetivo de posicionar a la ciudad de Puyo como un destino turístico nacional, además ha generado fuentes de empleo local. Cabe mencionar que el Parque Acuático brinda los servicios de: una piscina de Olas, otra semiolímpica, y una piscina de clavados, adicional a esto están dos toboganes cuya altura es de 12 metros, en lo referente a distracción de niños hay una piscina con juegos interactivos. Además brinda el servicio de sauna, turco, hidromasaje para el deleite de los visitantes”. (Pág. 189)

La creación del proyecto turístico parque acuático Morete Puyo permite generar fuentes de empleo para los habitantes de dicha ciudad, existe un total de 10 personas que trabajan; de las cuales dos son mujeres y ocho son varones, generando ingresos en el año 2015 de 706,974 dólares.

Ese comportamiento y dinámica local por turismo va cambiando el rol de las empresas y el rol de servidor turístico que cada vez es más exigente en la calidad y en la modalidad a desarrollarse.

Fundamentación Científica

Para el desarrollo del presente proyecto, hemos utilizado conceptos, definiciones de varios autores, relacionados con industria turística y desarrollo socioeconómico siendo estas las variables de estudio.

Ciencias económicas.

La ciencia económica muestra y predice el comportamiento social del ser humano que goza de relaciones entre sí mismo y con su entorno para la obtención de recursos para posteriormente transformarlos en bienes o servicios necesarios para toda la sociedad en su conjunto.

Según (Avila, 2004)) afirma “La economía es una ciencia social que estudia los procesos de transformación de los bienes y servicios aprovechándolos en gran manera con la finalidad de satisfacer las necesidades a través de recursos escasos (p. 90)”

De acuerdo a (Krugman, 2006) afirma: “La Economía es la rama que estudia el comportamiento de los agentes económicos en su totalidad con la finalidad de satisfacer las necesidades de los que integran el País (Pág. 56)”.

Entendiendo lo expresado anteriormente se podría definir la economía como la ciencia que estudia «cómo se organiza una sociedad para producir sus medios de existencia que, distribuidos entre sus miembros y consumidos por ellos, permiten que la sociedad pueda producirlos de nuevo y así sucesivamente, proveyendo con ello, de una forma constantemente renovada, la base material para el conjunto de la reproducción de la sociedad en el tiempo.

Actividad económica.

Las actividades en las que incurre el ser humano son varias sin embargo las económicas son las de mayor trascendencia en su vida puesto que por naturaleza

el hombre es una especie de naturaleza económica ya que tiene la habilidad de manejar todos los recursos de su contexto social y material.

Según (Mankiw, 2006) “La actividad económica de un país se encuentra estrechamente ligada con la producción de bienes y servicios y el número total de personas que laboran en la empresa, país (Pág. 56)”.

Según (López, 2001) menciona que: “La actividad son todos aquellos procesos que se realizan para obtener bienes finales que generen ingresos de tal manera que permitan satisfacer las necesidades de la sociedad (Pág. 78)”.

Las actividades económicas abarcan tres fases: producción, distribución y consumo. Como la producción depende del consumo, la economía también analiza el comportamiento de los consumidores.

Producción.

La producción es un aspecto importante de la economía ya que forma parte de la necesidad del hombre para subsistir. Las actividades económicas son muy variadas y se encuentran presentes en la mayoría de acciones que la sociedad opta por subsistir.

De acuerdo a (Ricossa, 2014) “La producción es la creación de bienes y servicios que permite generar ingresos a la sociedad. (pág. 138)”.

Según (Mankiw, 2006) “la producción consiste en la creación de bienes y servicios que permita satisfacer las necesidades de los individuos que forman una sociedad productiva a razón del uso de tecnología (Pág. 56)”.

El concepto económico de producción engloba un rango de actividades más amplio que el comprendido en el concepto genérico de producción del lenguaje corriente. Producción es la elaboración o la fabricación de los objetos físicos, pero también la provisión de servicios.

Industria Turística.

Industria Turística permite generar nuevas fuentes de empleo en una sociedad humanística que se basa en respeto, democracia dando apertura al logro de una mejor calidad de vida a los individuos o inclusive una sociedad. Cabe recalcar que la clave del desarrollo se basa en el nivel de ingresos que poseen los individuos.

(Deltoro, 2000) “Movimiento temporal de las personas hacia destinos diferentes de su lugar de residencia y las actividades que realiza durante estos viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio u otros motivos.”(Pág. 180)

(Cabarcas, 2011) “Es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año, con fine de ocio, negocio u otros motivos”. (Pág. 2)

(Ascanio, 2012) “El turismo es un complejo de servicios que, por su propia naturaleza, están interrelacionados con un conjunto de empresas y disciplinas, dedicadas todas a servir a una clientela formada por turistas, que a su vez se ponen en contacto entre sí y con una comunidad receptora, para establecer un conjunto de servicios turísticos en un entorno natural, social, cultural, económico, tecnológico y político”. (Pág. 24)

(Sarmiento, 1993) “Término que designa la recreación educativa y de esparcimiento que las personas realizan en tiempo libre, conociendo lugares y aprehendiendo paisajes y costumbres desconocidas”. (Pág. 194)

(Petit & Graglia, 2011) “Consiste en el desplazamiento y estadía temporal y voluntarias de personas en un destino prefijado, fuera de su domicilio habitual, en uso de su tiempo libre, por una motivación y finalidad vacacional, recreacional, de descanso, de ocio, no lucrativa e independiente de otras, para disfrutar de los

atractivos naturales y culturales de un lugar y que comprende el conjunto de servicios e interrelaciones propias que de tal actividad se derivan”. (pág. 19)

(Revilla, Gil, & López , 2004) “Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo inferior a un año con fines de ocio, negocio y otros”. (Pág. 36)

Podemos recalcar que la industria turística ha sido y seguirá siendo una de las mayores fuentes financieras con las que cuenta un país para su desarrollo y crecimiento de manera social, política y económica tomando en cuenta que se debe realizar una distribución equitativa.

Turismo cultural.

Las motivaciones del turismo son varias y una de ellas es la cultura que atrae a un centenar de personas en busca del enriquecimiento en los conocimientos y en su capacidad intelectual, por lo que el aspecto cultural es trascendental en la motivación turística.

De acuerdo a (Cebrián, 2001) “el turismo cultural es un aspecto de la motivación turística que muestra la necesidad de las personas de enriquecer su intelecto”. (Pág. 99).

Turismo de negocios

Aunque las personas estén trabajando se considera turismo de negocios, debido a que estos empresarios se encuentran fuera de la ciudad en la trabajan, realizando consumo tanto en hospedaje como en alimentos, definiéndolo además como viaje de negocios.

Turismo científico

Se refiere al turismo que se realiza para fomentar la cultura de un lugar, es decir impulsar el turismo a través de las costumbres y conocimiento de los pueblos, además por ser un lugar único, por poseer especies diferentes y se puede decir también por su geografía, en sí conocer de por qué se da en ese sitio, cómo se creó o se dio aquello y para qué.

Mercado Turístico

Para (Vértice, 2008) en el mercado turístico se dan una serie de peculiaridades que lo diferencian del resto de mercados de intercambio de bienes. El aspecto más destacado del mercado turístico es la amplitud de su demanda. Los demandantes de un producto turístico superan las fronteras físicas ya que el producto turístico no se desplaza sino que es el turista el que viaja en busca de un determinado producto. (p. 21)

Economía.

La ciencia económica muestra y predice el comportamiento social del ser humano que goza de relaciones entre sí mismo y con su entorno para la obtención de recursos para posteriormente transformarlos en bienes o servicios necesarios para toda la sociedad en su conjunto.

Según (Avila, 2004)) afirma “La economía es una ciencia social que estudia los procesos de transformación de los bienes y servicios aprovechándolos en gran manera con la finalidad de satisfacer las necesidades a través de recursos escasos (p. 90)”

De acuerdo a (Krugman, 2006) afirma: “La Economía es la rama que estudia el comportamiento de los agentes económicos en su totalidad con la finalidad de satisfacer las necesidades de los que integran el País (Pág. 56)”.

Entendiendo lo expresado anteriormente se podría definir la economía como la ciencia que estudia «cómo se organiza una sociedad para producir sus medios de

existencia que, distribuidos entre sus miembros y consumidos por ellos, permiten que la sociedad pueda producirlos de nuevo y así sucesivamente, proveyendo con ello, de una forma constantemente renovada, la base material para el conjunto de la reproducción de la sociedad en el tiempo.

Economía del Desarrollo.

La economía del desarrollo es una base importante para el sustento de un pueblo que se encuentra en vías de desarrollo lo cual ayuda de manera satisfactoria a la sociedad con respecto a su forma de vida.

Según (Mankiw, 2006) “La economía de desarrollo es toda aquella que influye en el bienestar de una sociedad en conjunto sin ningún fin de lucro”. (Pág. 56).

Según (López, 2001) menciona que: “La administración correcta de los bienes ayuda de manera notable al desarrollo e influencia de un país junto a otros”. (Pág. 59).

Las actividades económicas abarcan tres fases: producción, distribución y consumo. Como la producción depende del consumo, la economía también analiza el comportamiento de los agentes económicos.

Cambio y desarrollo social.

El cambio y desarrollo social es un campo en el cual la cultura, la economía y la calidad de vida de la población se incrementan, lo que supone un ascenso del progreso y del desarrollo comunitario social.

Según (Sen, 2004) “El cambio y desarrollo social busca la correcta interacción de los individuos en el contexto social de manera que el bienestar humano se incremente conforme a las necesidades cambiantes del entorno”. (Pág. 32).

El cambio y desarrollo social amerita la evolución de las interacciones entre los agentes del crecimiento social; individuos y economía conjuntamente, es así que el desarrollo económico es inherente al desarrollo social humano.

Desarrollo socioeconómico.

El desarrollo socioeconómico supone el crecimiento de la sociedad humana entorno al ámbito económico y de sus interacciones con los demás individuos por lo que es notoria la importancia de la unión de estos dos conceptos.

Según (Muñoz, 2004) “El desarrollo socioeconómico de la sociedad supone el crecimiento de las capacidades del ser humano en cuanto a sus interacciones con el entorno y su capacidad de generar riqueza”. (Pág. 48)

La economía se encuentra inmersa en la sociedad y es el principal motor de crecimiento para la construcción de una sociedad justa y equitativa para cada uno de sus integrantes y agentes. El desarrollo es crecimiento de las capacidades del ser humano para desafiar su entorno.

Desarrollo humano.

El desarrollo humano supone una noción natural de la vida humana a tratar de explicar las cosas, su comportamiento y evolución, así como la creación y crecimiento en todos los campos de su existencia.

(Rice, 1997) Menciona que: “El desarrollo humano se resume en su necesidad por crecer en todos los ámbitos de su vida”. (Pág. 53).

La capacidad humana es el objeto de desarrollo de la sociedad por lo que el talento de sus actividades e ingenio hace que con una visión en sociedad persigamos el bien común como ámbito de desarrollo continuo humano.

Nivel de vida

Hace referencia a los logros alcanzado por el ser humano siendo estos de indole material que permita adquirir confort.

(Océano, SA) manifiesta que: “Nivel de riqueza de un país según lo mide la renta per cápita”. (Pág. 340)

(Seldon & Pennance, 1997) afirma que: “Se refiere generalmente a la cantidad de bienes y servicios que consume normalmente una persona con una renta dada”. (Pág. 382)

Se puede manifestar que nivel de vida hace referencia a todos aquellos bienes y servicios que otorgan de una manera u otra comodidad.

Bienes

Vivimos en un mundo lleno de seres que poseen infinidad de necesidades, es por ello que se genera objetos- cosas que permitan cubrir dichos deseos del ser humano.

(Carvajal, SA) “ los bienes se los puede mencionar en corporales que son todos aquellos objetos- cosas que pueden ser distinguidas por los sentidos, dando apertura a la satisfaccion de las necesidades del ser humano.”. (Pág. 134)

(Espasa, 1999) “Cualquier objeto o servicio capaz de satisfacer una necesidad”. (Pág. 53)

Se puede determinar que los bienes son objetos generados con un solo fin, el satisfacer al ser humano en sus necesidades.

Renta

Existen varios tipos de renta la renta primaria que es aquella generada por los asalariados percibida como sueldo o salario y la renta de la propiedad que es generada por los patronos o cuenta propia percibida como dividendos de una inversión.

(Océano, SA) “Conjunto de beneficios obtenidos de la inversión en bien inmueble”. (Pág. 439)

(Martino, 2001) “la Renta se define como aquellos ingresos que percibe una persona que forma parte de un hogar pueden ser estos percibidos como asalariado, patrono o cuenta propia.”. (Pág. 238)

La renta es todo aquel ingreso generado por la realización de alguna actividad económica dentro de un contexto laboral.

Calidad de vida

Hace referencia a la calidad de vida de las personas, vinculada con el nivel de satisfacción que poseen dichas personas con relación al entorno que les rodea.

(Martino, 2001) manifiesta que: “Estado de satisfacción generado de la ejecución de los atributos de las personas, abarca aspectos subjetivos como el bienestar físico, bienestar social y psicológico y objetivo que posee relación con el bienestar material”. (Pág. 67)

Se determina que calidad de vida hace referencia de la misma manera al nivel de ingresos que poseen las personas, puesto que esto permite adquirir y mejorar las condiciones de vida.

Bienestar social

Se entiende por bienestar social la satisfacción y felicidad que alcanza un individuo además podría decirse que son todos aquellos factores que permiten al individuo vivir una vida tranquila y gozar.

(Esteve 2000) ratifica que: “El resultante de la relativa abundancia de individuos que experimentan bienestar, es decir, que disfrutan de una amplia cobertura de sus necesidades”. (Pág. 54)

(Zamora, 1980) menciona que: “Radica en facilitar ayuda a toda persona que lo requiere, con el fin de eliminar la indigencia o pobreza”. (Pág. 78)

La palabra bienestar permite otorgar aquel estado que atraviesa una persona el cual se caracteriza por la satisfacción y felicidad.

Ingresos

Vivimos en un mundo materialista en el que todo debe ser realizado por algo, es la necesidad que nos obliga a actuar de dicha manera, puesto que para obtener algún bien se debe entregar algo a cambio (dinero).

(Martino, 2001) manifiesta que: “Recursos financieros que percibe una persona natural o jurídica por cualquier concepto, como remuneraciones, dividendos, intereses, utilidades por inversiones o por cualquier tipo de transacción”. (Pág. 167)

(Espasa, 1999) ratifica que: “Entrada de dinero o en especies (alimentación, vestimenta etc.) recibida por la prestación de algún servicio”. (Pág. 132)

Son todas aquellas entradas de dinero que recibe el hogar de manera periódica-constantemente a raíz de la realización o prestación de algún servicio.

Bienestar material

Hace alusión al poder adquisitivo que poseen los individuos, puesto que dicho poder permite alcanzar cierta estabilidad y comodidad en el transcurso de la vida.

(Martino, 2001) manifiesta que: “Es una situación precedente de felicidad y bienestar que dependen directamente de los cambios en el poder adquisitivo.” (Pág. 157)

Desarrollo social

El desarrollo social es un campo en el cual la cultura, la economía y la calidad de vida de la población se incrementan, lo que supone un ascenso del progreso y del desarrollo comunitario social.

Según (Sen, 2004) afirma que: “El desarrollo social busca la correcta participación de los individuos en el contexto social de manera que el bienestar de las personas aumente acorde a las necesidades variables del entorno”. (Pág. 38).

El desarrollo social merece la evolución de las participaciones entre los agentes del crecimiento social; individuos y economía conjuntamente, es así que el desarrollo económico es inseparable al desarrollo social humano.

Capital humano

Se puede resaltar que el capital humano es todo aquello referente a habilidades y conocimientos que posee el individuo, y son utilizados para desempeñar de mejor manera sus actividades laborales.

(Giménez, 2003) cita a Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 1999) manifiesta que: “Es la suma de las inversiones en educación, formación en el trabajo, emigración o salud que tiene como consecuencia un aumento en la productividad del trabajo”. (Pág. 29)

(Giménez, 2003) afirma que: “Suma de habilidades innatas y del conocimiento y destrezas que los individuos adquieren y desarrollan a lo largo de su vida”. (Pág. 30)

Desarrollo económico.

El crecimiento de la capacidad adquisitiva supone un misterio de las sociedades puesto que ciertos países poseen una relativa mayor riqueza que otros, es así como los agentes determinantes del progreso suponen una interesante temática a estudiar.

De acuerdo a (Zermeño, 2008) “El desarrollo busca analizar el crecimiento económico en un período de tiempo determinado”. (Pág. 27).

El crecimiento económico es imperativo para la evolución de las sociedades, es cómo el ser humano hace frente a cada uno de sus limitaciones en el entorno.

Progreso.

El progreso muestra una nueva expresión de crecimiento, sin embargo esta concepción supone el crecimiento constante de las capacidades humanas dentro de su entorno y de sus limitaciones y su potestad para superar su entorno.

Según (Burns, 1990) “El progreso es un concepto que muestra la representación de un sentido de perfeccionamiento en la situación del ser humano. (Pág. 15).

La principal noción de la existencia humana radica en la capacidad de su entendimiento y capacidad para dominar su entorno y superar sus propias limitaciones, es así como la característica primordial del comportamiento social es el progreso y la búsqueda de una mejor calidad de vida.

2.2 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

2.2.1 Fundamentación Científica

El desarrollo del presente proyecto de investigación se realizara desde el paradigma crítico propositivo; puesto que la ciencia económica está inmersa en el área de las ciencias sociales. Y tendrá los siguientes enfoques

2.2.2 Epistemológico

La epistemología comúnmente ha sido traducida etimológicamente como el discurso sobre la ciencia (MIGUÉLEZ, 1977) que se manifiesta como un esquema normativo al asignar lugar a los distintos saberes, dados los objetos reconocidos sensorial y/o racionalmente; empero, la epistemología no puede ni debe ser entendida de esa manera sino como un discurso que en su discurrir produce sentido y significado del conocimiento puesto en juego. (p. 7)

2.2.4 Ontológico

“La ontología es la parte de la metafísica que trata del ser en general y de sus propiedades trascendentales”. (Real Academia de la Lengua Española, 2014).

“La Industria Turística en el Desarrollo Socioeconómico de la Ciudad de Puyo” se realizará en un determinado tiempo para así analizar y obtener respuestas, dando una solución, acorde al problema encontrado.

2.2.5 Axiológico

(González. 1996) dice que ningún contenido que no provoque emociones, que no estimule nuestra identidad, que no mueva fibras afectivas, puede considerarse un valor, porque este se instaura a nivel psicológico de dos formas: los valores formales que regulan el comportamiento del hombre ante situaciones de presión o control externos, considerando que no son los que debemos formar, y los valores personalizados, expresión legítima y auténtica del sujeto que los asume, y que son, en mi opinión, los valores que debemos fomentar en toda la sociedad cubana de hoy”. (s.p.)

2.2.6 Fundamentación legal

La presente investigación está referida especialmente a la Ley Orgánica de Turismo, de la cual se tomó como referencia los artículos 2 y 3 de la misma, que se refieren a la promoción y actividades en el que el turismo asocia y dinamiza economías, los mismos que son:

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

El PLANDETUR 2020 es una herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador en todos los ámbitos de actuación en beneficio de sus pueblos y el mejor uso de los recursos, el eje 2 denominado Desarrollo de Destinos y facilitación turística.

2.2.3.1 Variable Independiente

2.3. PREGUNTAS DIRECTRICES O HIPÓTESIS

2.3.1. Hipótesis

La industria turística y su incidencia en el desarrollo socio económico de la ciudad de Puyo

2.3.2 Señalamiento de variables

Variable independiente: Industria turística.

Variable dependiente: Desarrollo socioeconómico

Término de relación: Incide.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 MODALIDAD, ENFOQUE Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Modalidad

El proyecto se basa en el desarrollo de las siguientes modalidades de investigación.

Investigación de Campo:

Según el criterio de Arias (2004), la investigación de campo “consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna”. (p. 94)”.

La investigación de campo es fundamental para la recolección de información primaria que nos permita llegar a conclusiones verídicas y confiables sobre el problema y formular una posterior solución.

Según Arias, 2015 es importante del global de la información que podamos recolectar, siempre priorizar la información primaria, o en otras palabras resultante de una investigación de campo.

Se hizo necesaria la recolección de información primaria de las diversas empresas que conforman el sector turístico, ya que los representantes de las empresas pertenecientes a la industria, además de aportar con datos que permitan llevar adelante la presente investigación, colaborarían con la investigación dando una visión más amplia del sector sus condiciones, características, según su perspectiva basada en su realidad.

Investigación bibliográfica

Según el autor (Santa palella y feliberto Martins (2010), define: “el investigador obtiene la información que desea por medio de fuentes documentales” (pág.87), en si es la recopilación de bibliografía y documentos que le darán un sustento científico a la investigación, el investigador utiliza documentos, los recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes.

La información bibliográfica hallada a partir del desarrollo de esta modalidad de investigación, se vuelve parte sustancial dentro del presente trabajo al darle sustento teórico tanto a la variable independiente, como a las variables dependientes, así como aportar con bases de datos útiles en las diversas fases de estudio como contraste de la información primaria rescatada por la investigación. .

Enfoque

3.1.2 Enfoque

El presente trabajo se desarrollará basándose en un enfoque cualicuantitativo, puesto que estudia variables cualitativas y cuantitativas.

Es cualitativo porque dentro de una primera fase se estudiara las características, elementos, desempeño y cualidades de la variable independiente que es variable independiente y de la variable dependiente desarrollo socioeconómico.

Es cuantitativo porque dentro de la segunda fase de la investigación se medirá el nivel de incidencia que existe entre la industria turística con el desarrollo socioeconómico de las empresas del sector mediante el uso de herramientas estadísticas, datos que permitan verificar la presencia relación e incidencia

3.1.3 Nivel de investigación

El presente proyecto de investigación tendrá una profundidad de investigación.

Exploratoria

Para Fidias, 2012 la investigación exploratoria “Se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado que nos impide sacar las más provisorias conclusiones sobre qué aspectos son relevantes y cuáles no, se requiere en primer término explorar e indagar. (Pág.23)”

Es necesaria una recolección de datos y un amplio análisis de los mismos para con la estructuración de un marco teórico adecuado poder describir el problema, arrojar resultados relevantes del mismo, que sean de utilidad tanto para la sociedad, para los involucrados y sean punto de partida de futuras investigaciones que tomen como punto de referencia el presente trabajo

Descriptivo

Estos se generan a partir de una investigación de carácter exploratorio. Investigación donde se destacan las características o rasgos de situación, fenómeno u objeto de estudio y su función principal radica en seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio, con el fin, precisamente, de describirlas.

La investigación de carácter descriptivo nos ayuda a identificar diferentes características del universo, comportamiento de las empresas gustos y necesidades de los involucrados en la investigación.

3.2 POBLACIÓN, MUESTRA, UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 Población

La población es el conjunto de individuos que poseen aptitudes, características y rasgos similares, sobre quienes se va a desarrollar un análisis de estudio. Es la unidad de estudio del proyecto de investigación.

Según el catastro 2015 del Ministerio de Turismo y del Gobierno Autónomo descentralizado de Pastaza se puede determinar que en el cantón Pastaza existen 269 establecimientos relacionados directamente con la industria turística. Para el

presente estudio la población a tomar es de 232 puesto que son establecimientos que se encuentran dentro de la ciudad de Puyo en la cual se encuentran inmersas centros de hospedaje, agencias de viaje, centros de recreación, diversión y esparcimiento, locales de comida y bebida; que se encuentran exclusivamente dentro de la ciudad de Puyo.

3.2.2 Muestra

De acuerdo a la población es necesario definir una muestra, ya que la investigación es compleja y sensible, es importante delimitar la muestra de toda la industria con la finalidad de recabar la información primaria y secundaria, para ello utilizaremos la fórmula de la muestra con un nivel de confianza del 95% y un nivel de error del 10%, con el resultado de esta fórmula se detallará el número total de encuestas a realizarse. Para obtener un número específico de encuestas a realizarse en cada actividad económica se utilizó la tabla de frecuencias.

Donde:
$$n = \frac{z^2 P Q N}{z^2 P Q + N e^2}$$

n: Tamaño de la muestra.

N: Población o universo.

z: Nivel de confiabilidad.

P: Probabilidad de ocurrencia 0,5.

Q: Probabilidad de no ocurrencia 1 – 0,5.

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(232)}{(1,96)^2(0,5)(0,5) + 269(0,05)^2}$$

$$n = 125$$

n = 125 Encuestas

Tabla 1. Matriz de población.

Actividad Económica	Población
Agencias de viaje	9
Hospedaje	61
Comida y bebida	148
Creación, Diversión, Esparcimiento	14
TOTAL	232

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Mejía

Tabla 2. Matriz de frecuencia relativa y absoluta.

Actividad Económica	Población	Fr	Fr %
Agencias de viaje	9	0,04	3,88
Hospedaje	61	0,26	26,29
Comida y bebida	148	0,64	63,79
Creación, Diversión, Esparcimiento	14	0,06	6,03
TOTAL	232	1	100

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Mejía

Tabla 3. Muestra por actividad económica.

Actividad Económica	Muestra por actividad
Agencias de viaje	5
Hospedaje	33
Comida y bebida	80
Creación, Diversión, Esparcimiento	8
TOTAL	125

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Mejía

3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable dependiente

Tabla 4. Matriz de Operacionalización de la variable Industria Turística.

CONCEPTO	CATEGORÍAS O DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM BÁSICO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Industria turística: permite generar nuevas fuentes de empleo en una sociedad humanística que se basa en respeto, democracia dando apertura al logro de una mejor calidad de vida a los individuos o inclusive una sociedad.</p>	<p>Infraestructura</p> <p>Normas técnicas</p>	<p>Número y tipo de establecimiento</p> <p>Ley de turismo, ordenanzas locales</p>	<p>¿Identificación del tipo de negocio de las empresas?</p> <p>¿Normativa vigente de la empresa turística?</p> <p>¿Cuántos turistas llegan mensualmente a este negocio?</p> <p>¿El flujo turístico en su establecimiento?</p> <p>¿Pertenece a alguna asociación con fines comunes</p> <p>Considera ampliar su negocio?</p> <p>¿Considera Ud. que su negocio cuenta con la infraestructura adecuada para fomentar el turismo?</p> <p>¿Ha recibido apoyo de los organismos públicos para mejorar el turismo local?</p> <p>¿Según su criterio que políticas debe implementar el gobierno municipal para impulsar el turismo?</p>	<p>Catastro Turístico</p> <p>Entrevista a expertos</p> <p>Fotos</p> <p>Cuadros estadísticos</p>

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Mejía

Variable independiente

Tabla 5. Matriz de Operacionalización de la variable Desarrollo Socioeconómico

CONCEPTO	CATEGORÍAS O DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM BÁSICO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Desarrollo socioeconómico:</p> <p>supone el crecimiento de las capacidades del ser humano en cuanto a sus interacciones con el entorno y su capacidad de generar riqueza</p>	<p>Empleo</p> <p>Economía</p>	<p>Número de empleos generados por turismo</p> <p>Rentabilidad promedio de las actividades turísticas</p> <p>Consumo promedio de proveedores y servicios adicionales por turismo</p> <p>Contribución del 12%</p> <p>Contribución por tasas e impuestos varios</p>	<p>¿En su establecimiento cuantos empleados cuenta?</p> <p>¿Cuál es el ingreso mensual de su negocio?</p> <p>¿Cuál sería el valor aproximado de sus gastos operativos con respecto a su establecimiento?</p> <p>Establezca un valor promedio de un pago mensual por contribución al 12%.</p> <p>Estime un promedio de gastos anuales por impuestos en el GAD Municipal, MINTUR, SENAGUA, ARSA entre otros</p>	<p>Encuesta (ficha-cuestionario)</p> <p>fotos</p>

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Mejía

3.4 PLAN DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN

La recolección de información contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de la presente investigación para ello consideramos lo siguiente:

- ✓ Precisar la población a ser investigada: en el presente estudio son las empresas relacionadas directamente con el sector turístico las cuales están registradas en el MINTUR y en el catastro 2015 realizado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Puyo.
- ✓ Las técnicas de recolección de información:
 - ✓ Observación
 - ✓ Entrevista estructurada
 - ✓ Encuesta estructurada
- ✓ Instrumentos de investigación tales como:
 - ✓ Fichas de campo
 - ✓ Mapas
 - ✓ Registros específicos
 - ✓ Guía de entrevista, inventario de intereses
 - ✓ Cuestionario estructurado

3.4.1 Tabla de recolección de información

Tabla 6. Matriz de recolección de información.

Preguntas básicas	Explicación
¿Para qué?	Para determinar cuál es el impacto socioeconómico de la industria turística
¿De qué personas u objetos?	Población
¿Sobre qué aspecto?	La industria turística y el desarrollo socioeconómico de Puyo
¿Quién investiga?	Sandra Mejía
¿Dónde?	Ciudad de Puyo- Provincia de Pastaza
¿Cuántas veces?	1
¿Qué técnica de recolección?	Encuesta, observación de campo, entrevistas
¿Con qué?	Cuestionario estructurado
¿En qué situación?	Investigación socio-económica

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Mejía

3.4.2 Plan de procesamiento de información

El siguiente cuadro detalla el procedimiento para la recolección de datos.

Tabla 7. Matriz del Plan de procesamiento de información.

ETAPAS	PASOS
Definición de los objetivos y del instrumento	<ul style="list-style-type: none">• Revisión y análisis del problema de investigación.• Definición del propósito del instrumento• Revisión bibliográfica y construcción del instrumento.• Consulta a expertos de la construcción del instrumento.• Determinación de la población y muestra• Determinación de los objetivos, contenidos y tipo de ítems del instrumento.
Diseño del instrumento	<ul style="list-style-type: none">• Construcción de los ítems• Estructuración del instrumento• Redacción del instrumento
Ensayo piloto del instrumento	<ul style="list-style-type: none">• Revisión de instrumentos y nueva redacción conforme a las recomendaciones• Análisis de resultados
Elaboración definitiva del instrumento	<ul style="list-style-type: none">• Redacción definitiva de resultados

Fuente: La investigación

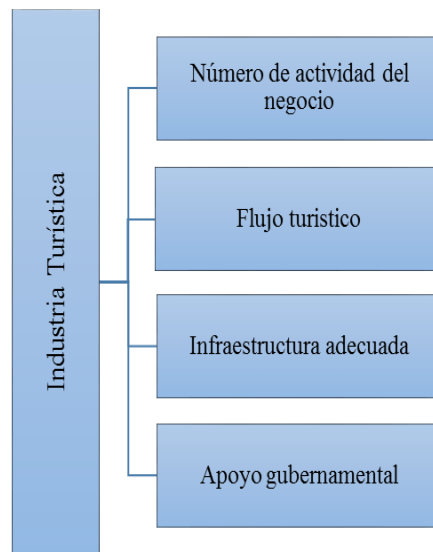
Elaborado por: Sandra Mejía

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

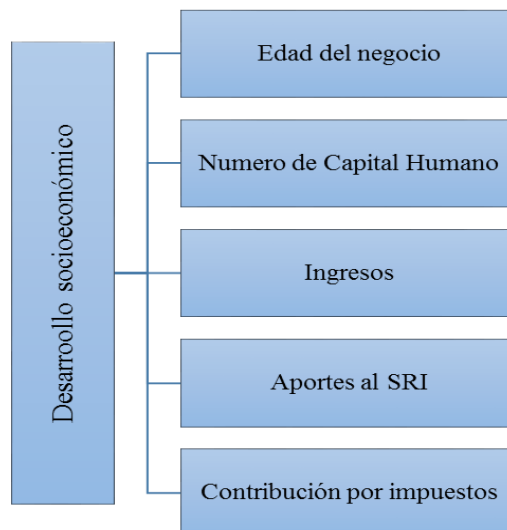
Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se ha procedido a clasificar, las variables de estudio son sus correspondientes indicadores de estudio. Teniendo para variable independiente (la industria turística) cuatro indicadores, teniendo como indicador el número de actividades de negocios, ya que para el estudio se clasifica al sector en varias actividades económicas: Centros de hospedaje, agencias de viaje, centros de recreación, diversión y esparcimiento, locales de comida y bebida que están directamente relacionadas con la industria, siguiente analizamos el flujos turístico, permitiendo determinar la acogida turística que tiene la ciudad de Puyo con respecto al visitante nacional y extranjero, el siguiente indicador corresponde a infraestructura adecuada, que permita el correcto desarrollo de la actividad, por ultimo analizaremos si la industria turística ha recibido apoyo por parte del gobierno municipal. El análisis de la variable dependiente (Desarrollo socioeconómico) se descompone indicadores como: promedio de años de la población, Promedio de años de la población, género de propietarios, tasa de participación de la mujer en el mercado de trabajo, tasa de participación del hombre en el mercado de trabajo, número de empleo, ingresos, aportes al SRI, contribución por impuestos.

Gráfica 1. Indicadores de la Variable Industria Turística



Fuente: La investigación
Elaborado por: Sandra Mejía

Gráfica 2. Indicadores de la variable desarrollo socioeconómico



Fuente: La investigación
Elaborado por: Sandra Mejía

4.1 PRINCIPALES RESULTADOS

4.1.1 Encuesta dirigida a los empresarios

4.1.1.1 Estadística descriptiva

Tabla 8. Edad promedio informantes

Media	47,1
Desviación estándar	12,0
Rango	42
Mínimo	35
Máximo	77

Fuente: La investigación
Elaborado por: Sandra Mejía

Análisis e Interpretación

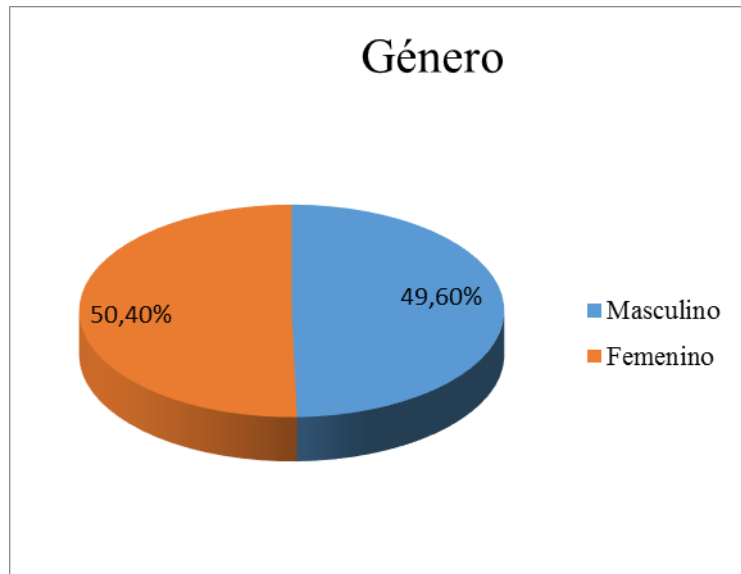
Existe una media aritmética de 47 años de edad es decir, la edad promedio de los informantes es de 47 años y existe una desviación estándar de 12 años ($\alpha=12$) es decir que la edad puede moverse 12 años más hacia arriba y doce años menos hacia abajo. Se puede determinar que el valor mínimo de los propietarios de los negocios es 35 años y valor máximo es 77 años envase a la muestra que tenemos.

Tabla 9. Género Informantes

Género	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	62	49,60%	49,60%
Femenino	63	50,40%	100,00%
	125	100,00%	

Fuente: La investigación
Elaborado por: Sandra Mejía

Gráfica 3. Género Informantes



Fuente: La investigación
Elaborado por: Sandra Mejía

Análisis e Interpretación

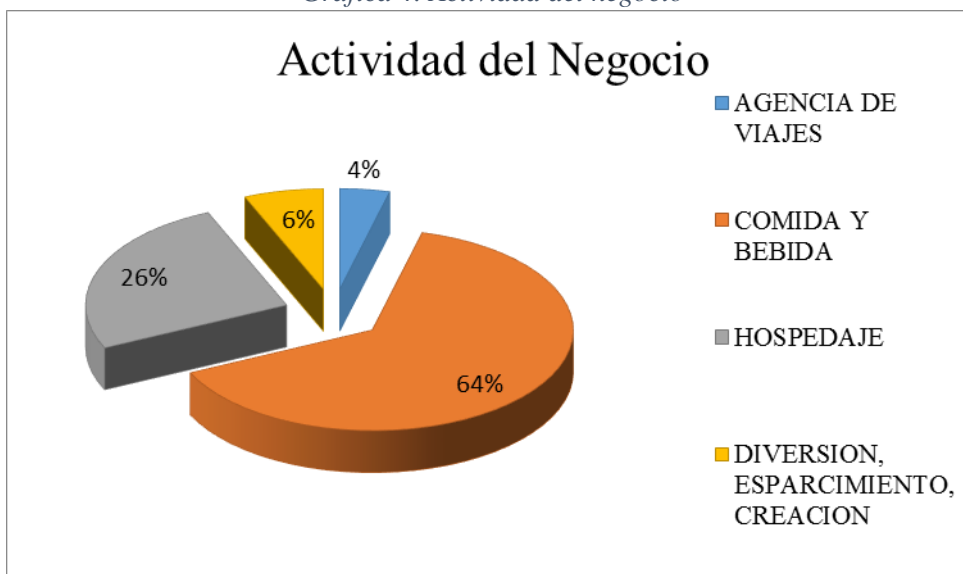
El 50,40% de los encuestados es del género femenino mientras que el 49,60 % son masculinos, por lo que de manera casi similar los propietarios de las empresas de turismo son de los dos géneros, creando oportunidades de negocios aptos para mujeres y varones.

Tabla 10. Actividad del Negocio

Actividad del Negocio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
AGENCIA DE VIAJES	5	4%	4%
COMIDA Y BEBIDA	80	64%	68%
HOSPEDAJE	32	25,60%	93,60%
DIVERSION, ESPARCIMIENTO, CREACION	8	6,40%	100%
	125	100%	

Fuente: La investigación
Elaborado por: Sandra Mejía

Gráfica 4. Actividad del negocio



Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Mejía

Análisis e Interpretación

Las encuestas se realizaron al 64% del total de la muestra que corresponde a 80 empresas privadas, concernientes a la actividad económica de alimentos y bebidas, considerando que esta actividad posee relación directa con la industria turística, además es la actividad que abarca mayor proporción de empresas; situando en segundo lugar a la actividad económica de hospedaje, el cual está representado por el 25,60% del total de la muestra que corresponde a 32 agentes económicos estudiados; la actividad económica de diversión, esparcimiento y creación, está representado por el 6,4%, que corresponde a 8 unidades económicas; y en menor proporción las agencias de viajes que están constituidas por el 4% del total de la muestra que corresponde a 5 empresas privadas investigadas, con ello se cumple con la muestra necesaria para la presente investigación con el afán de conocer la realidad de cada sector.

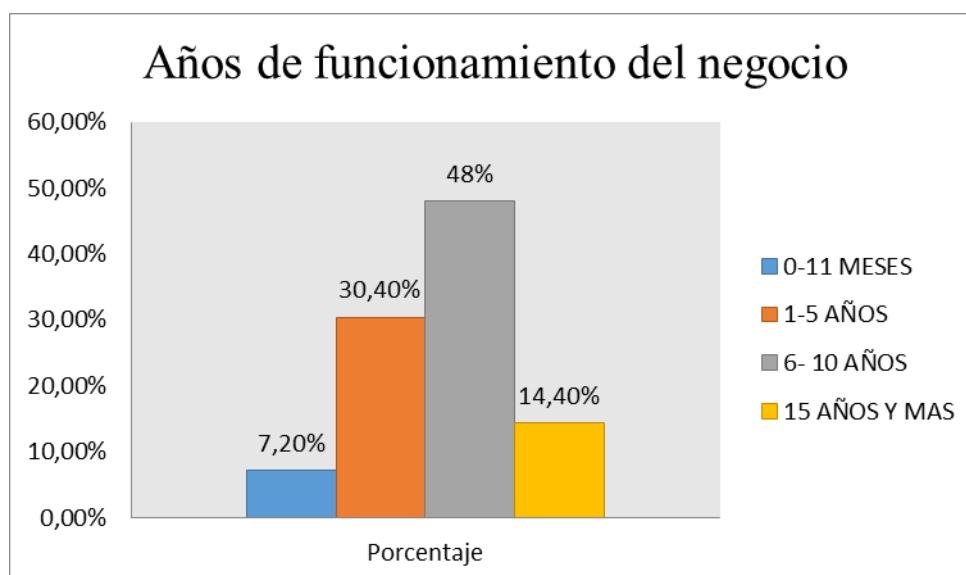
Tabla 11. Tiempo que funciona la empresa

Tiempo de funcionamiento de la empresa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
0-11 MESES	9	7,20%	7,20%
1-5 AÑOS	38	30,40%	37,60%
6- 10 AÑOS	60	48%	85,60%
15 AÑOS Y MAS	18	14,40%	100%
	125	100,00%	

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Mejía

Gráfica 5. Tiempo que funciona la empresa



Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Mejía

Análisis e Interpretación

La mayor parte de los encuestados que corresponden al 48% manifiestan que sus empresas tienen un promedio de 6 a 10 años de funcionamiento, el 30,40% del total de los encuestados mencionan que apenas están en promedio de 1 a 5 años, posteriormente el 14,40% del total de la muestra manifiestan que sus negocios funcionan de 15 años y más, finalmente el 7,20% del total de los encuestados

declaran que son empresas que tienen menos de un año, se entiende que las empresas son jóvenes.

4.1.1.2 Aspectos específicos

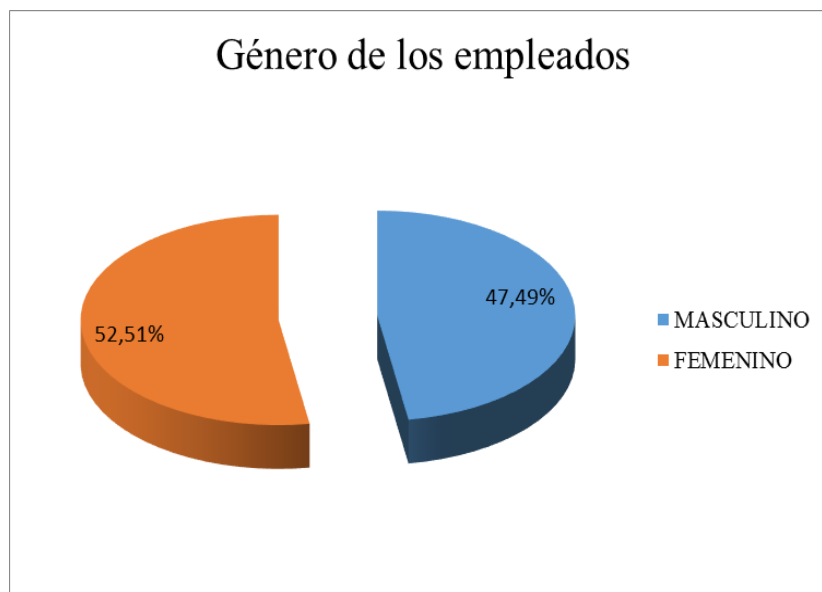
Tabla 12. Género y número de empleados de la empresa

Género y número de los empleados	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
MASCULINO	208	47,49%	47,49%
FEMENINO	230	52,51%	100%
	438	100,00%	

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Gráfica 6. Género y número de empleados de la empresa



Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e Interpretación

La industria turística es considerada como industria generadora de empleo, a través del estudio realizado, con una muestra de 125 empresas que poseen vínculo directo con la industria turística, se llegó a determinar que del total de

empleo que generado por dichas empresas el 52,51% corresponden al género femenino y el 47,49% del total corresponde al género masculino.

¿Cuál es el valor aproximado de sus gastos operativos con respecto a su establecimiento?

Tabla 13. Gasto promedio mensual de la empresa

Media	1431,8
Desviación estándar	553,6
Rango	1500,5
Mínimo	750
Máximo	2250,5

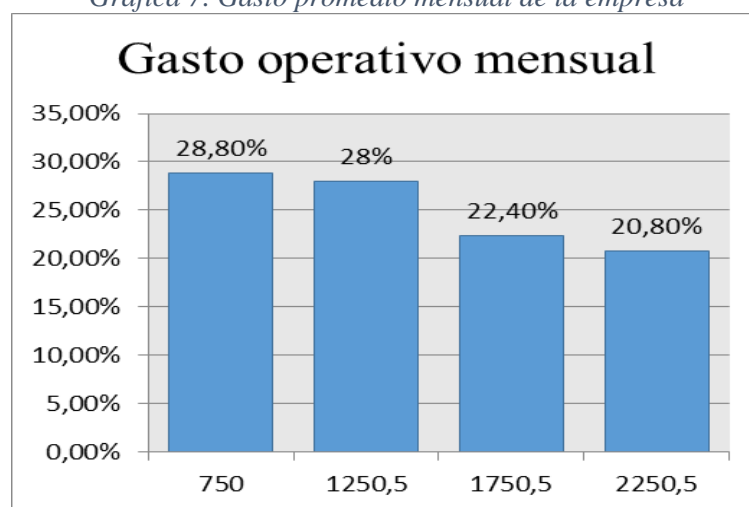
Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e Interpretación

Existe una media aritmética de 1431,8 dólares y evidencia una desviación estándar de 553,6 dólares ($\alpha=553,6$) afirmando que todos los gastos varían mucho entre ellos, puede moverse 553,6 dólares más en promedio hacia arriba y 553,6 dólares menos en promedio hacia abajo ($1431,8 \pm 553,6$). Se puede determinar que el valor mínimo de los gastos es 750 dólares y valor máximo es 2250,5 envase a la muestra que tenemos.

Gráfica 7. Gasto promedio mensual de la empresa



Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e Interpretación

Para el 28,8% de los encuestados sus gastos promedios son de 750 mientras que el 28% del total de la muestra sus gastos promedios son de \$1250,5, posteriormente el 22,40% del total posee un gasto promedio de \$1750,5 y el 20,80% del total de la muestra poseen gastos promedios de 2250,5

¿Cuál es el ingreso neto mensual aproximado de su negocio?

Tabla 14. Ingreso Mensual de la Empresa

Media	1465,16
Desviación estándar	725,84
Rango	2950,5
Mínimo	300
Máximo	3250,5

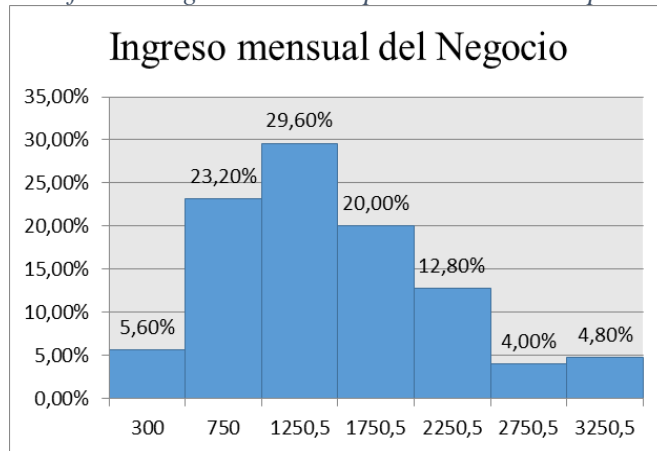
Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Mejía

Análisis e Interpretación

Existe una media aritmética de 1465,16 dólares y evidencia una desviación estándar de 725,84 dólares ($\alpha=725,84$) permitiendo demostrar la variabilidad de los datos. Cuanto mayor sea ese valor, mayor será la variabilidad, y cuanto menor sea, más homogénea será a la media. En este estudio se puede decir que todos los casos varían mucho entre ellos, puede moverse 725,84 dólares más en promedio hacia arriba y 725,84 dólares menos en promedio hacia abajo ($1465,16 \pm 725,84$). Se puede determinar que el valor mínimo de los gastos es 300 dólares y valor máximo es 3250,5 envase a la muestra que tenemos.

Gráfica 8. Ingreso Mensual promedio de la Empresa



Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e Interpretación

El 29,60% del total de la muestra tienen ingresos entre \$1250,5, posteriormente el 23,20% del total de la muestra poseen un ingreso de \$750 dólares; posterior el 20% del total de las empresas encuestadas poseen ingresos promedios de \$1750,5, seguidamente el 12,80% tiene un importante ingreso promedio de \$2250,5 y una minoría del 5,6% del total de la muestra estudiada posee ingresos de \$300; consecutivamente en baja proporción con el 4,80% del total de la muestra se ubican las empresas que poseen ingresos promedios de 3250,5 y por último el 4% del total de la muestra estudiada posee ingresos promedios de \$2750,5.

¿Cuál es el pago mensual por contribución al SRI?

Tabla 15. Pago mensual promedio por contribución (SRI)

Media	190,52
Desviación estándar	129,09
Rango	400,5
Mínimo	75
Máximo	475,5

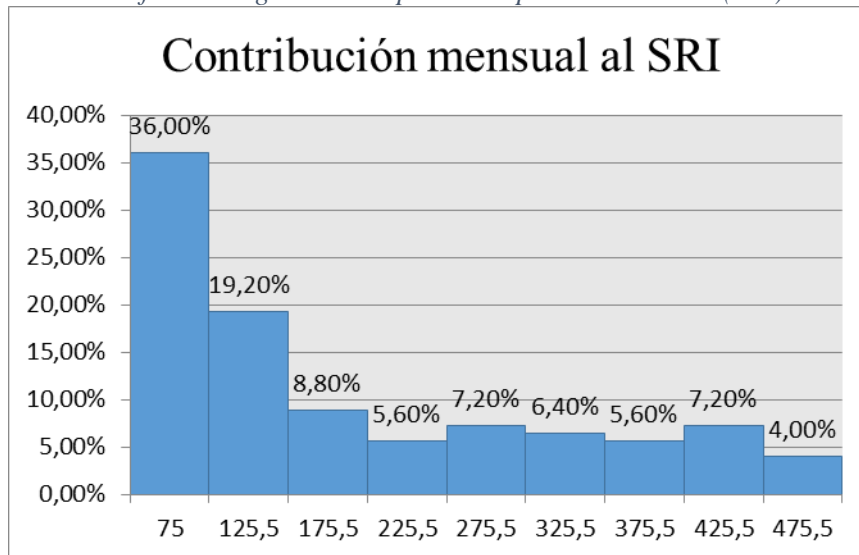
Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e Interpretación.

Existe una media aritmética de 190,52 dólares y evidencia una desviación estándar de 129,09 dólares ($\alpha=129,09$) permitiendo demostrar la variabilidad de los datos. Cuanto mayor sea ese valor, mayor será la variabilidad, y cuanto menor sea, más homogénea será a la media. En este estudio se puede decir que todos los casos varían mucho entre ellos, puede moverse 129,09 dólares más en promedio hacia arriba y 129,09 dólares menos en promedio hacia abajo ($190,52 \pm 129,09$). Manteniendo un valor mínimo de 75 dólares y valor máximo 475,5 dólares envase a la muestra que tenemos.

Gráfica 9. Pago mensual promedio por contribución (SRI)



Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e Interpretación.

El 36% de la población estudiada contribuyen mensualmente en promedio al SRI de \$75 dólares, mientras que el 19,20% posee una contribución promedio de \$125,5 posteriormente una minoría del 8,80% paga en promedio \$175,5 seguidamente el 7,20% del total de la muestra paga un valor mensual promedio de \$275,5 y 425,5; el 6,40% del total de la muestra paga un valor mensual promedio de \$325,5 consecutivamente el 5,60% del total de la pagan un valor promedio de \$375,5 dólares y 225,5, por último el 4% del total de la muestra poseen un pago mensual promedio de \$475,5.

¿Estime un promedio de gastos anuales por impuestos en el GAD Municipal, MINTUR, ARCSA entre otros?

Tabla 16. Gastos anuales por impuestos de la empresa

Media	355,72
Desviación estándar	232,23
Rango	1200,5
Mínimo	200
Máximo	1400,5

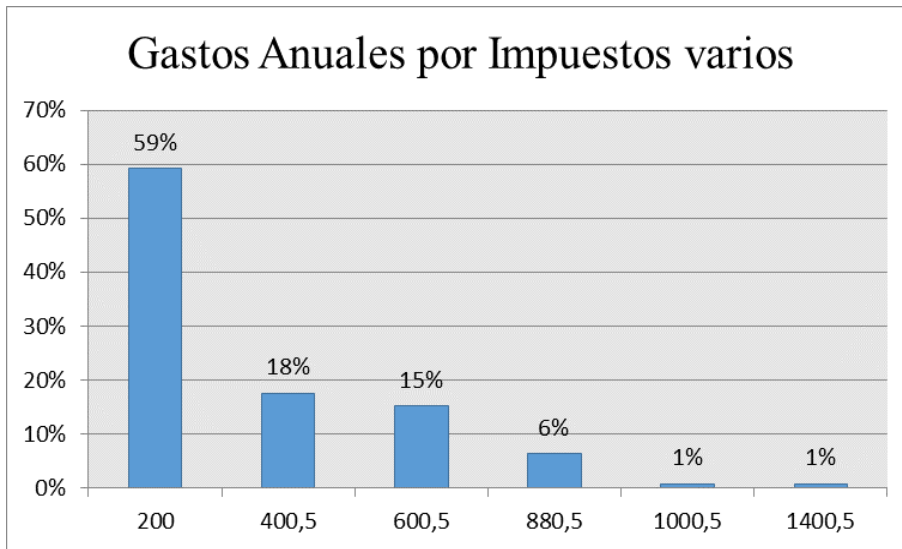
Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e Interpretación

Existe una media aritmética de 351,56 dólares y evidencia una desviación estándar de 217,56 dólares ($\alpha=217,56$) permitiendo demostrar la variabilidad de los datos. Cuanto mayor sea ese valor, mayor será la variabilidad, y cuanto menor sea, más homogénea será a la media. En este estudio se puede decir que todos los casos varían mucho entre ellos, puede moverse 217,56 dólares más en promedio hacia arriba y 217,56 dólares menos en promedio hacia abajo ($356,56 \pm 217,56$). Manteniendo un valor mínimo de 200 dólares y valor máximo 1000,5 dólares envase a la muestra que tenemos.

Gráfica 10. Gastos anuales por impuestos de la empresa



Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e Interpretación

El 59,20% del total de los encuestados pagan por concepto de impuesto 200 dólares, posteriormente el 18% del total de la muestra estudiada pagan 400,5 dólares; consecutivamente el 15% del total investigado pagan 600,5 dólares y el 6% pagan de \$88,5, solo el 1% del total de los negocios paga 1000,5 y 1400,5 dólares.

¿Cuántos turistas aproximadamente llegan mensualmente a este negocio?

Tabla 17. Turistas que llegan a la empresa mensualmente

Media	85
Desviación estándar	63
Rango	185
Mínimo	5
Máximo	190

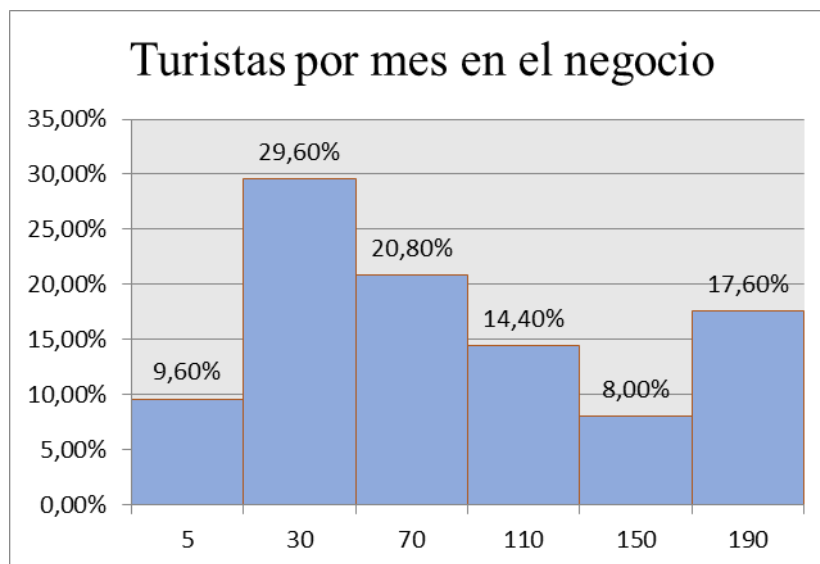
Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e interpretación

Existe un promedio de llegada mensual de 85 turistas a los negocios que poseen relación directa con el sector, además se puede constatar que existe una desviación estándar de 63 turistas es decir que si la llegada promedio mensual de turistas es 85 turistas, nos presenta la probabilidad de que exista un incremento de llegada de 63 turistas mensuales, o puede existir un decremento de 63 turistas (85 ± 64) envase a la muestra que tenemos. Existiendo como valor máximo de llegada de turistas 190 y valor mínimo 5, evidenciando que existe demasiada variabilidad en la llegada de los turistas a la ciudad

Gráfica 11. Turistas que llegan a la empresa mensualmente



Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e interpretación

Para el 29,60% de las entidades encuestadas el ingreso de turistas mensualmente aproximado es de 30 visitantes a su establecimiento, posteriormente señalan que el 20,80% del total de la muestra tiene un promedio 70 turistas mientras que un 17,60% del total de los negocios investigada tienen un promedio de llegada 190 turistas.

El flujo turístico en su establecimiento

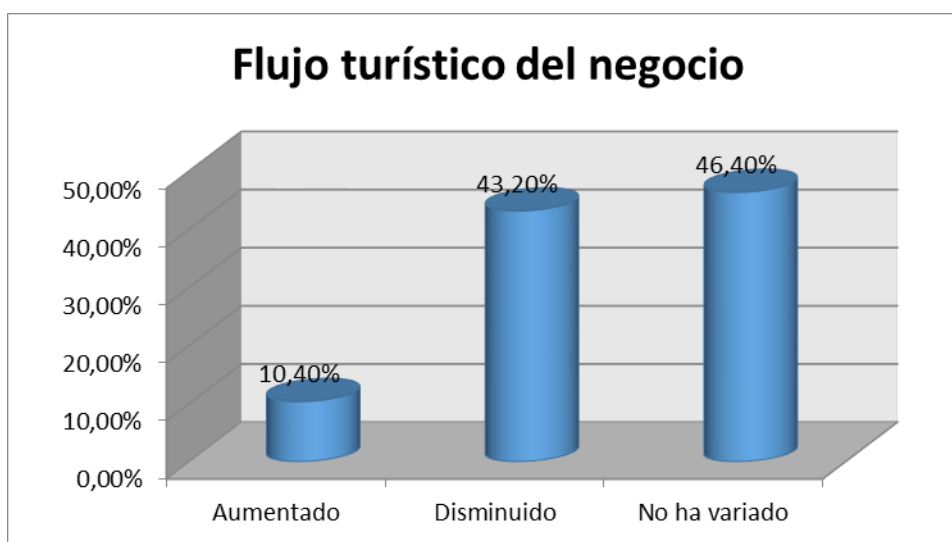
Tabla 18. Flujo turístico de la empresa

Flujo turístico	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Aumentado	13	10,40%	10,40%
Disminuido	54	43,20%	53,60%
No ha variado	58	46,40%	100,00%
	125	100,00%	

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Gráfica 12. Flujo turístico de la empresa



Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e Interpretación

El 46,40% del total de la muestra mencionaron que el flujo turístico no ha variado, posteriormente el 43,20% de los encuestados manifiestan que el flujo turístico ha disminuido; tan solo el 10,40% del total de la muestra menciona que el flujo turístico a su negocio ha aumentado. Para efectos de esta investigación se considera que el flujo no ha variado desde el año anterior.

¿Pertenece a alguna asociación con fines comunes? Si es afirmativa, que han logrado

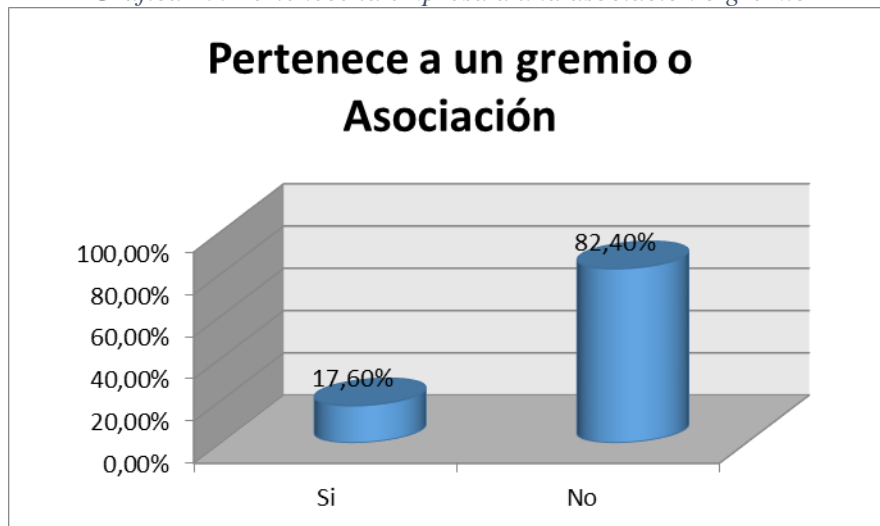
Tabla 19. Pertenece la empresa a una asociación o gremio

Pertenece a una asociación o gremio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	22	17,60%	17,60%
No	103	82,40%	100,00%
	125	100,00%	

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Gráfica 13. Pertenece la empresa a una asociación o gremio



Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e Interpretación

Para el 82,40% de los encuestados menciona que no pertenece a ningún gremio ni asociación y tan solo el 17,60% dice que si pertenece a un gremio privado del sector, por lo que para fines de este estudio se considera la opinión de los encuestados que en gran parte no están interesados en pertenecer a ningún gremio.

¿Considera ampliar su negocio?

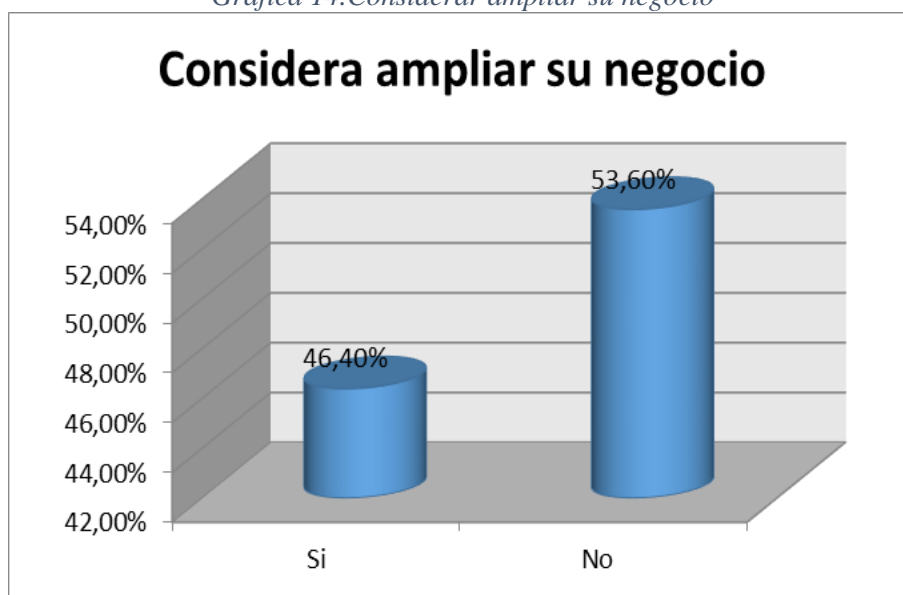
Tabla 20. Considerar ampliar su empresa

Considera ampliar su empresa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	58	46,40%	46,40%
No	67	53,60%	100,00%
	125	100,00%	

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Gráfica 14. Considerar ampliar su negocio



Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e Interpretación.

De conformidad a las respuestas para un 53,60% que corresponde a más de la mitad de los consultados no tienen considerado ampliar su empresa, sin embargo un porcentaje importante como es el 46,40% ya ha considerado una ampliación necesaria al negocio para facilitar accesibilidad a los clientes

¿Considera Ud. que su negocio cuenta con la infraestructura adecuada para fomentar el turismo?

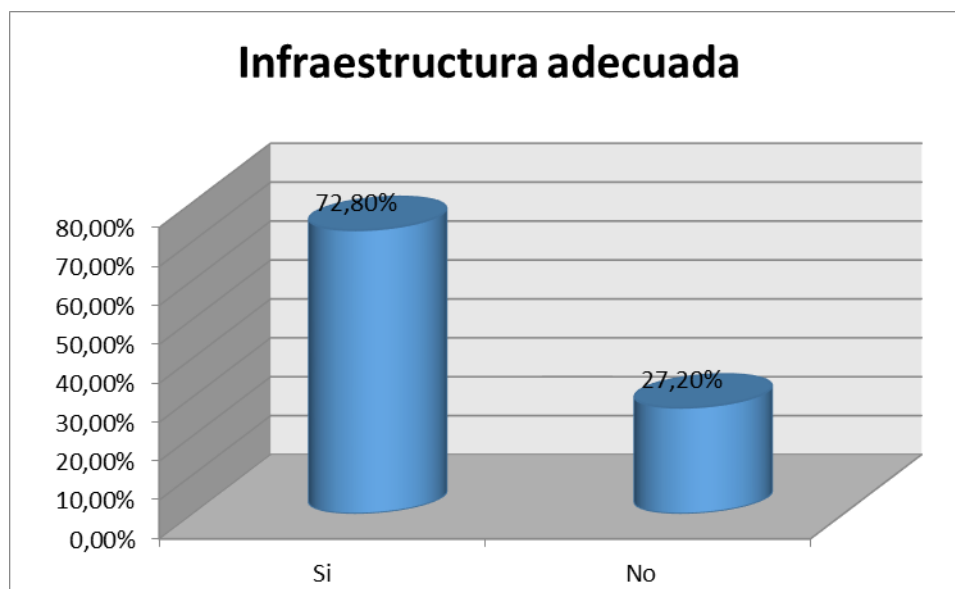
Tabla 21. La infraestructura de la empresa es adecuada para el turismo

Infraestructura adecuada	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	91	72,80%	72,80%
No	34	27,20%	100,00%
	125	100,00%	

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Gráfica 15. Infraestructura de la empresa es adecuada para el turismo



Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e interpretación.

Consultados los propietarios de empresas relacionadas directamente con la industria turística el 72,80% del total de la muestra considera que su infraestructura es adecuada para impulsar el turismo; mientras que el 27,20% del total de las unidades económicas estudiadas consideran que aún debe mejorar su infraestructura y realizar varios cambios, que son necesarios para mejorar su empresa.

¿Ha recibido apoyo de los organismos públicos para mejorar el turismo local?

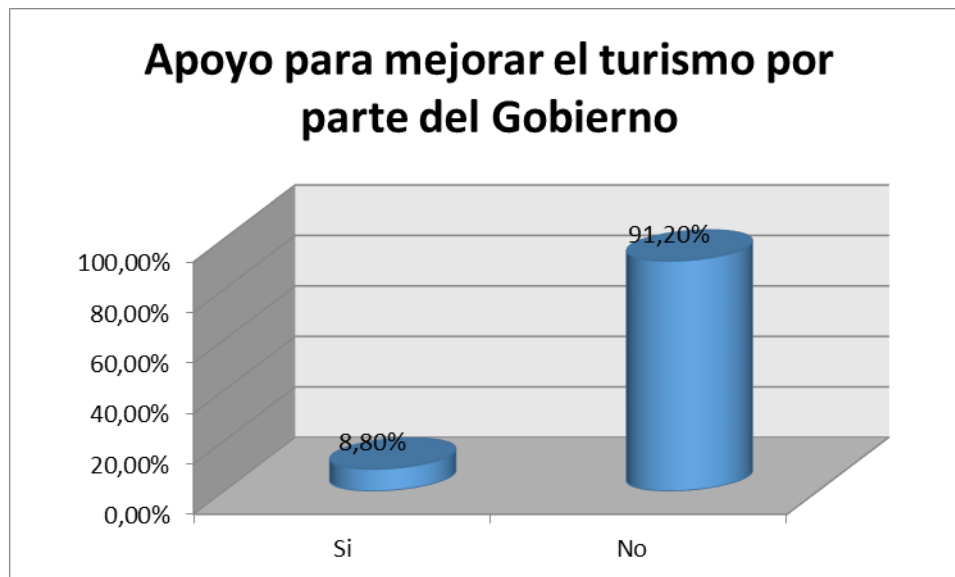
Tabla 22. Ha recibido apoyo gubernamental su empresa

ha recibido apoyo para mejorar el turismo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	11	8,80%	8,80%
No	114	91,20%	100,00%
Total	125	100,00%	

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Gráfica 16. Ha recibido apoyo su empresa



Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e Interpretación.

Para el 91,20% del total de la muestra mencionan que no han recibido apoyo para mejorar el turismo y tan solo una minoría del 8,80% dice que si ha recibido apoyo de las instituciones públicas, por lo que demandan la gran parte de promoción turística de la ciudad y provincia.

Según su criterio que políticas debe implementar el gobierno municipal para impulsar el turismo?

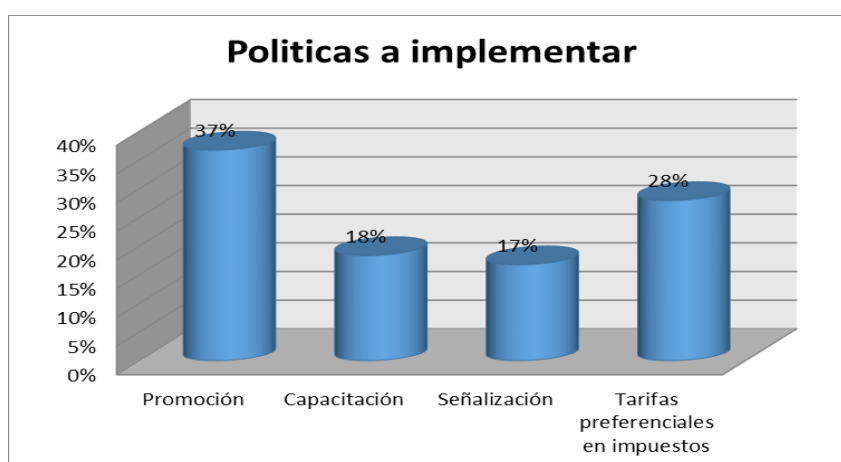
Tabla 23. Políticas que debe implementar el gobierno municipal para impulsar el turismo

Política a implementarse para mejorar el turismo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Promoción	46	36,80	36,80
Capacitación	23	18,40	55,20
Señalización	21	16,80	72,00
Tarifas preferenciales en impuestos	35	28,00	100,00
Total	125	100,00	

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Gráfica 17. Políticas que debe implementar el gobierno municipal para impulsar el turismo



Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e Interpretación.

Del total de la muestra el 36,80% considera como política de apoyo al sector turístico es necesario más promoción turística con respecto a publicidad de la ciudad, lugares atractivos, seguido con un 28% del total de las unidades económicas estudiadas consideran como alternativa de solución tarifas preferenciales para la empresa turística.

4.1.2 Análisis Estadístico

Para una mejor interpretación y análisis de los datos obtenidos en la encuesta realizada a las 125 actividades de negocio de la ciudad de Puyo en las que se encuentran inmersas las actividades de comida y bebida, hospedaje, recreación y esparcimiento y agencias de viajes, se ha utilizado como herramienta de trabajo el programa estadístico SPSS, el mismo que permite obtener datos estadísticos de la información, relacionando las variables entre si y permitiendo determinar los chi-cuadrados de cada relación.

4.1.2.1 Análisis ingresos y gastos

Tabla 24. Análisis de correlación ingresos- gastos

		Gastos	Ingresos
Gastos	Correlación de Pearson	1	,450**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	125	125
Ingresos	Correlación de Pearson	,450**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	125	125
** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e interpretación

La tabla N° 24 permite determinar la relación que existe entre las variables cuantitativas, variable Y (ingresos) y Variable X (gastos) , determinando que existe una correlación positiva casi perfecta de 0,45 entre dichas variables es decir que Y aumenta en una manera predecible según aumenta X.

4.1.4 Análisis de la industria turística

Basándose en el catastro que posee el Ministerio de Turismo (MINTUR) de la ciudad de Puyo, se ha podido obtener datos estadísticos sobre el desarrollo de la industria turística, considerando desde cinco años atrás, en los mismos que podemos observar datos de cada una de las actividades de negocio que integran de manera directa el sector.

Tabla 25. Número de actividades de negocio

Actividad de negocio	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Agencias de viajes	11	9	10	10	9	9
Alojamiento	61	58	56	64	64	61
Comidas y bebidas	114	111	121	129	151	148
Recreación y esparcimiento	8	5	5	8	8	14
Total Negocios	194	183	192	211	232	232

Fuente: Catastro del MINTUR de la ciudad de Puyo

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Tabla 26. Tabla de variación porcentual

Años	Total de Actividades económicas	Variación Porcentual
2010	194	-6,0%
2011	183	5,0%
2012	192	10,0%
2013	211	9,0%
2014	231	0,0%
2015	231	

Fuente: Catastro del MINTUR de la ciudad de Puyo

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e interpretación

La tabla N° 35 explica el desarrollo de las actividades económicas relacionadas directamente con la industria turística, se puede evidenciar que en el año 2010 existían 194 negocios relacionados directamente con el sector turístico, permitiendo evidenciar que mientras pasan los años los negocios de agencias de viajes, alojamiento, comidas y bebidas, recreación y esparcimiento han ido incrementando llegando a tener en el año 2015 un total de 232 negocios, pudiendo evidenciar que desde el año 2010 al año 2015 se ha obtenido un incremento del 19,5%.

Tabla 27. Contribuciones por año miles de dólares

Actividad de negocio	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Agencias de viajes	2125,42	2519,42	2121,2	2555,07	1988,07	1.622,74
Alojamiento	5983,25	6763,25	6318,5	6375,53	6760,23	6877,70
Comidas y bebidas	11184,13	11751,1	11553	11631,3	11424,77	11418,27
Recreación y esparcimiento	352,5	352,5	342,8	465,8	1956,2	2838,01
Total Ingresos Fiscales	19645,3	23397,3	22348	23040,7	22129,3	22756,72

Fuente: Catastro del GAD municipal de Puyo

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Tabla 28. Variación porcentual Ingresos

Años	Ingresos	Variación Porcentual
2010	19645,3	19%
2011	23397,3	-4%
2012	22348	3%
2013	23040,7	-4%
2014	22129,3	3%
2015	22756,72	

Fuente: Catastro del GAD municipal de Puyo

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e interpretación

La tabla N° 36 explica los ingresos obtenidos por concepto de contribuciones al GAD de la ciudad de Puyo en un periodo de cuatro años, evidenciando que el

aporte con mayor valor de ingreso es en el año 2015 con 22756,72 dólares comparado con el año 2010 con un aporte de 19645,3 dólares evidenciando una variación porcentual positiva del 15,84% en el transcurso de los años.

4.1.5 Verificación de la hipótesis

Tabla 29. Verificación de la hipótesis

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	46,336 ^a	30	,029
Razón de verosimilitudes	43,775	30	,050
Asociación lineal por lineal	10,084	1	,001
N de casos válidos	125		
a. 33 casillas (78,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,40.			

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e interpretación

El test de chi- cuadrado de Pearson, es significativo ($p\ value = 0,29$) puesto que es menor al valor de significación ($\alpha 0.05$) lo que señala que los valores observados se ajustan a los valores esperados; por lo tanto se procede a aceptar la hipótesis alternativa; es decir que la Industria Turística incide en el Desarrollo Socioeconómico de la Ciudad, las variables están asociadas entre sí

H1: La Industria Turística incide en el Desarrollo Socioeconómico de la Ciudad de Puyo.

H0: La Industria Turística no incide en el Desarrollo Socioeconómico de la Ciudad de Puyo.

Tabla 30. Correlación Ingresos- llegada de turistas

		Ingresos	Llegada de turistas
Ingresos	Correlación de Pearson	1	,285**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	125	125
Llegada de turistas	Correlación de Pearson	,285**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	125	125
**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Análisis e interpretación

La tabla N° 30 permite determinar la relación que existe entre las variables cuantitativas, variable Y (Ingresos) y Variable X (llegada de turistas) , determinando que existe una correlación positiva casi perfecta de ,285 entre dichas variables es decir que Y aumenta en una manera predecible según aumenta

4.1.6 Entrevista directores de las entidades públicas

Entrevista a Responsables de la Unidades de Turismo de las Entidades oficiales

Entrevista con el fin comparar y analizar la gestión pública desde distintas ópticas.

Entrevista a Juan José Olivo – Departamento Técnico de Turismo GADPPZ.

1. ¿Conoce si se va a realizar o existen proyectos que fomente la actividad turística?

La Prefectura de Pastaza lleva adelante 3 proyectos que ayuden a fomentar la actividad turística, el Primer proyecto es capacitación Turística integral a los servidores Turísticos, el segundo proyecto es promoción turística de la Provincia de Pastaza, el tercer proyecto es la consolidación de la Mesa provincial de Turismo, vinculado a estos 3 proyectos está el Proyecto de Ciclo rutas Pastaza, el objetivo de este proyecto es aprovechar conscientemente los recursos naturales y culturales de la Provincia utilizando la bicicleta como medio de transporte alternativo y que a su vez esta actividad brinde nuevas alternativas económicas.

2. ¿Considera que las actividades turísticas han aumentado en la ciudad?

Podría considerar que algunas han aumentado y han disminuido otras, en estos últimos meses ha observado un cierto letargo sobre las actividades turística, estas no van ni para atrás ni para adelante, precisamente para eso son los proyectos que están impulsando.

3. ¿Considera que el flujo turístico ha aumentado?

No aumentado el flujo de turistas.

4. ¿Considera que el turismo aporta socioeconómicamente a la ciudad de Puyo?

Por supuesto que si aporta pero debe ir aumentando progresivamente

5. ¿Cuál es el tipo de actividad turística que más aporta al desarrollo socioeconómico de la ciudad de Puyo? y por qué?

No podría definir como una actividad de turismo aporta específicamente, ya que aquí tenemos deportes de aventura, tenemos turismo comunitario, convivencia con las Comunidades.

6. ¿Existen estudios de impacto turístico o estadísticas turísticas en su GAD?

No tenemos estadísticas sobre eso, solamente los que manejamos son datos con la Universidad Estatal Amazónica pero se lo manejo solo hasta el anterior año, a través de la iniciativa del Observatorio Turístico, no han realizado más estadísticas.

7. ¿Según su criterio, qué facilidades turísticas le falta incrementar a Puyo?

Se centraría específicamente en la infraestructura pública, en la señalización turística y el diseño de la urbe es decir que la ciudad sea atractiva para el turista (calles, veredas, portales, etc.).

8. ¿Si el turismo es una fuente de ingresos del país muy importante, ¿Por qué no existe las políticas de apoyos a esta actividad en especial con proyectos que dinamicen la actividad en la ciudad de Puyo.

Si existen proyectos pero no se trabaja articuladamente, en su caso particular, podría decir que ha propuesto como Gobierno Provincial, al Municipio de Mera y Municipio de Pastaza que se integren al proyecto de ciclo rutas Pastaza porque es un proyecto bastante interesante pero demanda recurso.

9. ¿Cuál es el aporte o gestión de las entidades públicas respecto al desarrollo turístico en la ciudad?

Facilitación y coordinación entidades públicas, privadas y comunitarias.

Entrevista a Judith Cachipueno Directora de Turismo del GAD Municipal del Cantón Pastaza.

1. ¿Conoce si se va a realizar o existen proyectos que fomente la actividad turística?

En lo que nos respecta como GAD Municipal a través de la Dirección de turismo, fomentamos la Promoción a nivel Nacional, lo que es en radio, televisión, folletería, realización de vallas, Señalética, capacitación turística para mejorar la calidad en las competencias laborales que existen dentro de los prestadores de servicio turísticos, al turismo comunidades ayudándoles en implementación de facilidades.

2. ¿Considera que las actividades turísticas han aumentado en la ciudad?

Podemos hacer un análisis desde nuestra administración que desde el año anterior si hubo afluencia turística de mayor demanda en lo que es carnaval y lo que es el feriado de Agosto, en este año que el primer feriado a nivel nacional nosotros llevamos las estadísticas se lo ha considerado que no ha habido mucha afluencia de turistas por algunos factores, la crisis económica un feriado apresurado, por que pasamos dos feriados seguidos lo que es navidad, año nuevo.

3. ¿Considera que el flujo turístico ha aumentado?

No ha aumentado.

4. ¿Considera que el turismo aporta socioeconómicamente a la ciudad de Puyo?

Efectivamente la actividad turística es un motor más dentro de la economía, dando la oportunidad de trabajo a la ciudad.

5. ¿Cuál es el tipo de actividad turística que más aporta al desarrollo socioeconómico de la ciudad de Puyo? Y ¿por qué?

La oferta de Gastronomía en donde hay bastante ingreso y también sigue en la parte de bares y discotecas turísticas que también ingresa el factor más considerable que otras actividades.

6. ¿Existen estudios de impacto turístico o estadísticas turísticas en su GAD?

Llevamos solo las estadísticas de los feriados nacionales, sacamos una media en los establecimientos de hospedaje donde se los considera técnicamente turistas y pernoctan y llevamos estadísticas de los atractivos turísticos en donde se los considera como visitantes o excursionistas

7. ¿Según su criterio, qué facilidades turísticas le falta incrementar a Puyo?

Se está ya proyectando un Parque lineal una nueva alternativa donde ya no solo los turistas vayan al Paseo Turístico, también determinar otras facilidades como es en los balnearios como lo que es los vestidores, los inodoros

8. ¿Si el turismo es una fuente de ingresos del país muy importante, ¿Por qué no existe las políticas de apoyos a esta actividad en especial con proyectos que dinamicen la actividad en la ciudad de Puyo.

A nivel de Municipio se encarga de muchas competencias en la parte ambiental lo que es protección en la parte de los servicios básicos, si se ha tomado en esta

administración realmente una política pública de fomento al turismo, se promueve al turismo del Cantón Pastaza, se fomenta el turismo Rural.

9. ¿Cuál es el aporte o gestión de las entidades públicas respecto al desarrollo turístico en la ciudad?

Planificación de las actividades turísticas y ordenamiento del turismo, fomento a la productividad y todas las basadas en la COOTAD.

Entrevista a Mgs. Nelly Durán oficina de MINTUR Pastaza

1. ¿Conoce si se va a realizar o existen proyectos que fomente la actividad turística?

El proyecto Ruta del Agua en la E 45 desde Sucumbíos hasta Zamora Chinchipe tiene varias iniciativas; particularmente el GAD Cantonal Pastaza planea construir un puente peatonal en el Paseo Turístico en su tercera fase, y el GAD Fátima y San José construir facilidades turísticas y un mega proyecto incluyente el de Complejo Turístico del Río Piatúa otros de menor escala que los GADs proponen y están en elaboración.

2. ¿Considera que las actividades turísticas han aumentado en la ciudad?

Las actividades si han ido incrementándose en los tres últimos años sobre todo empresas de alimentos y bebidas, ya existe una variedad de oferta gastronómica en la ciudad de Puyo y centros de diversión.

3. ¿Considera que el flujo turístico ha aumentado?

Comparado con unos tres años atrás más bien se mantienen y no han aumentado

4. ¿Considera que el turismo aporta socioeconómicamente a la ciudad de Puyo?

La presencia de casi 300 empresas de turismo que aportan socioeconómicamente a la generación de empleo, dinámica de oferta y demanda y fluidez en el movimiento de capitales, además de que es una actividad que hoy por hoy se convierte en una de las primeras fuentes de ingresos económicos.

5. ¿Cuál es el tipo de actividad turística que más aporta al desarrollo socioeconómico de la ciudad de Puyo? y ¿por qué?

Primero los Alimentos y Bebidas, segundo Recreación y diversión y tercero: Alojamiento.

6. ¿Existen estudios de impacto turístico o estadísticas turísticas en su GAD?

El observatorio turístico de la UEA y las estadísticas de feriados en alojamiento del MINTUR.

7. ¿Según su criterio, qué facilidades turísticas le falta incrementar a Puyo?

- a) Señalética Turística de aproximación de atractivos turísticos
- b) Ciclorutas

8. ¿Si el turismo es una fuente de ingresos del país muy importante, ¿Por qué no existe las políticas de apoyos a esta actividad en especial con proyectos que dinamicen la actividad en la ciudad de Puyo.

El recurso económico es vital, ahora no existe presupuesto y desde el año 2014, 2015 y 2016 no hay ningún proyecto financiado.

9. ¿Cuál es el aporte o gestión de las entidades públicas respecto al desarrollo turístico en la ciudad?

Regular y controlar las actividades turísticas y en esa marcha propiciar la inversión de nuevas empresas turísticas a través de préstamos en la banca con el programa de Fomento de Inversiones

4.2 LIMITACIONES DEL ESTUDIO

La limitación más importante es la falta de datos históricos para compararlos con los actuales, por tratarse de un trabajo con un componente subjetivo muy importante, la gran parte de información se tomó de lo existente en las instituciones estatales y educativas que cuentan con cierta información.

El valor extrínseco que actualmente cubre la industria turística, política y económica de Ecuador que no guarda relación con años anteriores y que cambia notablemente el panorama real, ya que las condiciones sobre todo económicas de hoy en día están severamente afectadas por la baja del petróleo, lo que aplica una menor movilidad o desplazamientos.

Limitada empatía que pueda existir al entrevistar al grupo de la muestra

4.3 CONCLUSIONES

La Industria turística de la ciudad de Puyo se compone de la siguiente manera el 25,60% corresponden a empresas de alojamiento, el 64% a empresas de alimentos y bebidas y el 4% a las agencias de viajes y el 6,4% a empresas turísticas de recreación, esto es administrado de manera privada.

La industria turística en su conjunto genera aportes significativos al GADs municipal de la ciudad de Puyo, puesto que en el año 2015 generó ingresos de 22756,72 dólares comparado con el año 2010 que fue de 19645,3 dólares evidenciando una variación porcentual positiva del 15,84% en el transcurso de los años. Permitiendo decir que la industria influye de manera significativa en los ingresos del GADs municipal de la ciudad.

El sector debe estar mejor estructurado, en el sentido que debe existir mayor instituciones dedicadas a la actividad de agencias de viajes, puesto que posee poca participación (4%) en la actividad turística, considerando que dicha actividad es parte esencial para el correcto desarrollo turístico

Por otra parte el sector público que tiene fuerte relación con la industria y que establece los parámetros de control son: El GAD cantonal de Pastaza, con su concejo cantonal, La mesa de turismo, el Ministerio de Turismo y la Unidad de Turismo de la Prefectura de Pastaza.

Se determina que la industria turística influye en el desarrollo socioeconómico de la ciudad, puesto que genera ingresos que permiten la construcción de obras para la sociedad.

Se comprueba que la actividad de negocio de comida y bebida es la actividad que genera mayor aporte en la ciudad; puesto que genera mayor aportes fiscales, genera más fuentes de empleo y otorga mayor oportunidad de crecimiento a los habitantes de la ciudad de Puyo, permitiendo de esta manera mejorar la condiciones de vida de quienes forman parte de la ciudad.

Según los datos de Ecuador al año 2014 de cada dólar que salió ingresó 1,46 y en el año 2015 de cada dólar que salió ingresó 1,52%; para el Ecuador el año 2014 el 12,3% de incremento en referencia al año 2013, según el MINTUR esta realidad es transferida a la provincia de Pastaza y en especial la ciudad de Puyo.

Resultado del presente estudio menciona que el aporte a los empleos generados de la industria turística es 3,5 por cada empresa implementada, cada empresa tiene un mínimo de 3 empleados, el 52,51% de los empleados son mujeres y el 47,49% es masculino, en la actualidad alrededor de 900 empleos directos por y 3150 empleos indirectos, la mayor parte de la población trabaja por cuenta propia en actividades complementarias al turismo.

4.3 RECOMENDACIONES

A las autoridades

La aplicación del Plan Estratégico es vital para apoyar a la industria y a su crecimiento, en ella se concibe todos los campos aplicables a la realidad de Puyo y a la industria en sus diferentes tipos.

Desempeñar un rol más participativo dentro del sector turístico, puesto que ellos son entes reguladores e impulsores de la obra pública necesaria para el correcto desarrollo de la industria.

Otorgue más apoyo a las instituciones económicas de agencias de viajes puesto que poseen baja participación en el mercado de la industria, pudiendo considerar dichos negocios como el inicio de la actividad turística.

Genere más información con respecto a la entrada y salida de turistas, contribuciones y su participación económica a nivel de la ciudad de Puyo, puesto que es de vital importancia para el desarrollo e inversión por parte del sector privado.

A la Industria turística

Revisar e implementar el Plan estratégico, socializar el mismo con sus empleados y fomentar un servicio de calidad, con capacitación motivadora dentro de las áreas de productividad de la industria turística.

Otorgar servicio de calidad y calidez que permita al visitante sentirse a gusto en la ciudad y motive su pronto retorno.

No alterar los precios establecidos en el mercado de la industria, puesto que genera descontento e insatisfacción hacia el visitante.

ANEXOS

Anexo N° 1

Propuesta para el fortalecimiento de la industria turística de la ciudad de Puyo

1.1. Introducción

La elaboración de un plan de marketing es un proyecto que busca promover la ciudad de Puyo, realzando sus atractivos naturales y culturales de la ciudad, considerando la actividad como elemento esencial para el desarrollo socioeconómico de la ciudad. En dicho proyecto se especifican los objetivos a alcanzar, métodos y estrategias a seguir para la correcta ejecución del plan de marketing de la ciudad de Puyo. Este proyecto se basará en el plan operativo del marketing mix que está integrado por cuatro componentes esenciales, conocidas comúnmente como las cuatro (Producto, Precio, Plaza y Promoción) estableciendo a su vez estrategias para su correcta ejecución en base a dichos componentes. Las mismas que se utilizarán para la correcta promoción turística de la ciudad de Puyo; se espera tener el apoyo GADs Municipal de la ciudad, Ministerio de Cultura, Ministerio de Turismo, instituciones educativas, hoteles, operadoras, etc. Otro recurso que permitirá dar a conocer la ciudad de Puyo serán las TIC, tales como las redes sociales; publicidad televisiva y radial; agencias de viajes virtuales, entre otros. Se ha visto la necesidad de esta propuesta, puesto que el desarrollo del turismo es considerado como parte vital para el desarrollo socioeconómico de un pueblo, ciudad y como es el caso para la ciudad amazónica Puyo, se encuentra ubicada en la región oriente del Ecuador, cabecera cantonal de la Provincia de Pastaza, ciudad que posee amplio potencial turístico pero no es correctamente explotado como corresponde turística. Puyo pertenece a la provincia más grande del País, con una extensión territorial de 29.325 km² pero sin embargo es la ciudad menos desarrollada económicamente, demográficamente y turísticamente.

1.2. Presentación de la propuesta

El plan estratégico es un documento que refleja las principales acciones, que una organización va a desarrollar a mediano y corto plazo con el fin de alcanzar los objetivos planteados.

El presente plan estratégico pretende fortificar la industria turística que se desarrolla desde la empresa privada, para satisfacer las necesidades de los turistas y de las poblaciones receptoras en función de estrategias planteadas según los principales problemas que se revelaron en el desarrollo de la presente investigación.

Motiva también un crecimiento cuantitativo y cualitativo de las empresas turísticas y sus actividades propias, mediante la combinación de los sectores como el público, privado y comunitario y que tendrá como eje central el desarrollo de la actividad turística como generador de fuentes de empleo que dinamice la economía del sector.

En esta sección se encuentran los objetivos y el proceso que se debe seguir para la correcta ejecución del plan de marketing turístico de la ciudad de Puyo. Además se implantan estrategias que permitan incrementar la afluencia de turistas a la ciudad gracias a las formas de promoción planificadas para el mismo. A través de este plan de marketing los beneficiarios podrán obtener información óptima sobre dicha ciudad, se ha desarrollado varias acciones publicitarias utilizando los medios de comunicación adecuados.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General:

- Promover el desarrollo turístico de la ciudad de Puyo que permita fortalecer el desarrollo de la empresa turística a través de la ejecución de un plan de marketing mix.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Desarrollar en un 25% la identidad visual de la ciudad de Puyo
- Incrementar en un 30% la promoción turística de los atractivos, actividades y destinos de la ciudad de Puyo
- Incrementar 10% los productos promocionales y guías de turismo especializadas permitiendo capturar mercados objetivos potenciales.

1.4. Misión

Aprovechar el interés de fortalecimiento de la actividad turística del sector público, privado y comunitario consolidándose como uno de los elementos esenciales para el desarrollo económico y eslabón fundamental para el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos, posicionando, valorando y reconociendo a la ciudad de Puyo como un territorio competitivo, mediante la implementación de estrategias de gestión y promoción que fomente el incremento de la oferta y demanda turística, la generación de empleo e ingresos económicos.

1.5. Visión

Ser reconocidos como destino turístico mediante el incremento de la productividad de la industria turística y diversificación de la oferta bajo las mejores condiciones para el inversionista que permita generar empleo y con ello alcanzar un mayor nivel de bienestar económico en su población.

1.6. Estrategias de gestión y promoción para la ciudad de puyo

Se elabora una matriz FODA y de impacto cruzado que permiten identificar las estrategias primordiales de gestión y promoción y la propuesta misma en base a la realidad actual.

Matriz FODA de la industria turística de puyo

Tabla 31. Matriz FODA

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación geográfica 2. Escenarios naturales 3. Interés por parte del sector público, Privado, comunitario y/o asociaciones por fomentar la actividad turística. 4. Calidad de recursos humanos en el servicio. 5. Diversificación cultural 6. Puerta de entrada a la amazonia 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Escasa infraestructura para el desarrollo de actividades. 2. Poca variedad de oferta turística e inversión en el sector. 3. Limitada información oficial. (Registro de turistas que ingresan) 4. Escasa promoción turística
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento de la demanda turística. 2. Proyectos de desarrollo turísticos de los GADs 3. Esfuerzos nacionales por promover la actividad turística en el país. 4. Excelentes conexiones de acceso a la ciudad 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Escaso presupuesto asignado. 2. Cercanía con Baños y Tena 3. Desastres naturales (derrumbes, Inundaciones. 4. Turistas con bajo nivel de gasto.

Fuente: Propia

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

1.7. Análisis de las 4 p's

Tabla 32. Marketing Mix

	Producto	Precio	Promoción	Plaza
Descripción	La industria turística en la ciudad de Puyo es magnífica por sus características naturales y culturales.	Los precios existentes en el mercado turístico son asequibles para el consumidor.	La ciudad de Puyo no posee un plan de marketing turístico. De manera que la ciudad no tiene una gran afluencia de visitantes.	La ciudad de Puyo, pertenece a la zona 3 ubicada en la región centro amazónica
Características	Puyo posee asombrosos atractivos turísticos, muchos de inversión privada y otros de inversión pública. Entre sus atractivos turísticos cuenta con paseos ecológicos en senderos, animales silvestres propios de la Amazonía, ríos y cascadas, así como instalaciones de olas artificiales, piscinas y toboganes, ríos en forma de diques y diversidad gastronómica.	El pago de los servicios prestados por los actividades turísticas son al instante -Precio promedio de alimentación de \$2,50, -Precio promedio de ingreso a los centros de diversión \$3 - Precio promedio hospedaje \$7	La promoción que realiza las instituciones gubernamentales son insuficientes, (no son constantes) para lograr un adecuado desarrollo del sector además no poseen técnicas y tácticas adecuadas para llegar a todo el público.	La ciudad de Puyo, pertenece a la zona 3 ubicada en la región centro amazónica, la provincia de Pastaza es la puerta de entrada para la amazonia

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía

1.8. Estrategias de producto

- Desarrollar la identidad visual.

- Capacitar a guías turísticos para lograr una completa satisfacción por parte de los visitantes

- Desarrollar encuestas dirigidas a los visitantes que permitan obtener una opinión acerca de los atractivos turísticos y sus servicios.

Tabla 33. Desarrollo de la Identidad visual

Desarrollo de la Identidad visual	
Tiempo de ejecución	Cuatro días
Recursos	\$ 40
Responsables	Sandra Mejía y diseñador gráfico
Actividades	Compilar todas las imágenes necesarias de los atractivos turístico de la ciudad de Puyo -Diseño del Logotipo - Diseño del isotipo - Elaboración del eslogan - Elaboración de la cromática
Resultados esperados	Gracias al diseño de esta imagen se espera que los turistas identifiquen claramente los atractivos turísticos existentes en la ciudad de Puyo

Fuente: La investigación

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía

Diseños

Logotipo



Parte externa del tríptico

Es un zoológico de aves muy interesante donde usted aprenderá mucho sobre una gran variedad de aves y pájaros traídos desde los rincones más lejanos de la Tierra.

Entre las especies de aves más destacadas mencionamos a los faisanes del Asia, avestruces, pavos reales, el ave unicornio, así como una colección de más de 25 tipos de gallinas de todo el mundo y aves amazónicas como loras, guacamayos, etc.

medio del bosque protegido de este lugar
- **Hola Vida** es una reserva natural de bosque tropical.

-El ambiente del lugar es único, presenta un bosque secundario en muy buen estado así como una amplia historia.

La reserva ecológica de **Hola Vida** es uno de los centros turísticos y ecológicos más importantes de la región central del Ecuador, una visita necesaria para todo amante de la naturaleza así como cada estudioso de la biología y el medio ecológico amazónico.

Paseo turístico del río Puyo
Bordeando la ciudad se encuentra en el Barrio



Obrero, un sendero ecológico de 2 kilómetros y medio, conocido como el **Paseo Turístico**
-Este fue el primer recurso turístico que se creó en la provincia de Pastaza con visión ecológica y natural.

El Parque Real, Puyo - Aves Exóticas
Una colección de algunas de las aves más bellas del mundo se encuentra Puyo.

Es un zoológico de aves muy interesante donde usted aprenderá mucho sobre una gran variedad de aves y pájaros traídos desde los rincones más lejanos de la Tierra.

Entre las especies de aves más destacadas mencionamos a los faisanes del Asia, avestruces, pavos reales, el ave unicornio, así como una colección de más de 25 tipos de gallinas de todo el mundo y aves amazónicas como loras, guacamayos, etc.



Ciudad Ecuatoriana
Provincia de Pastaza
Región Amazónica del Ecuador

- Parque acuático
- Hola vida
- Paseo turístico del río Puyo
- El Parque Real, Puyo - Aves Exóticas






Parte interior del tríptico

Ciudad Ecuatoriana
Provincia de Pastaza
Región Amazónica del Ecuador

Parque acuático

Sus atractivos principales son la piscina de olas, y los toboganes más altos del Ecuador, Fuente de diversión de grandes y pequeños. Visitarlo resulta una actividad muy divertida y relajante para los turistas y familias que acuden en gran número durante todo el año. Cabe mencionar también que este moderno parque acuático cuenta además con Sauna, Turco, Hidromasaje, Piscina semiolímpica, piscina de clavados, bar de snack, cambiadores, áreas verdes y servicio de salvavidas. En el complejo adjunto se podrán usar gratuitamente además las modernas instalaciones deportivas que ofrecen, canchas de tenis, basketball, fútbol, y volleyball.

Hola vida

-Permite a turistas nacionales y extranjeros visitar su famosa cascada de 21 metros de altura, la caída de agua se halla enclavada en medio del bosque protegido de este lugar
- **Hola Vida** es una reserva natural de bosque tropical.



-El ambiente del lugar es único, presenta un bosque secundario en muy buen estado así como una amplia historia.

La reserva ecológica de **Hola Vida** es uno de los centros turísticos y ecológicos más importantes de la región central del Ecuador, una visita necesaria para todo amante de la naturaleza así como cada estudioso de la biología y el medio ecológico amazónico.

Paseo turístico del río Puyo
Bordeando la ciudad se encuentra en el Barrio Obrero, un sendero ecológico de 2 kilómetros y medio, conocido como el **Paseo Turístico**
-Este fue el primer recurso turístico que se creó en la provincia de Pastaza con visión ecológica y natural.

El Parque Real, Puyo - Aves Exóticas
Una colección de algunas de las aves más bellas del mundo se encuentra Puyo.



Postal

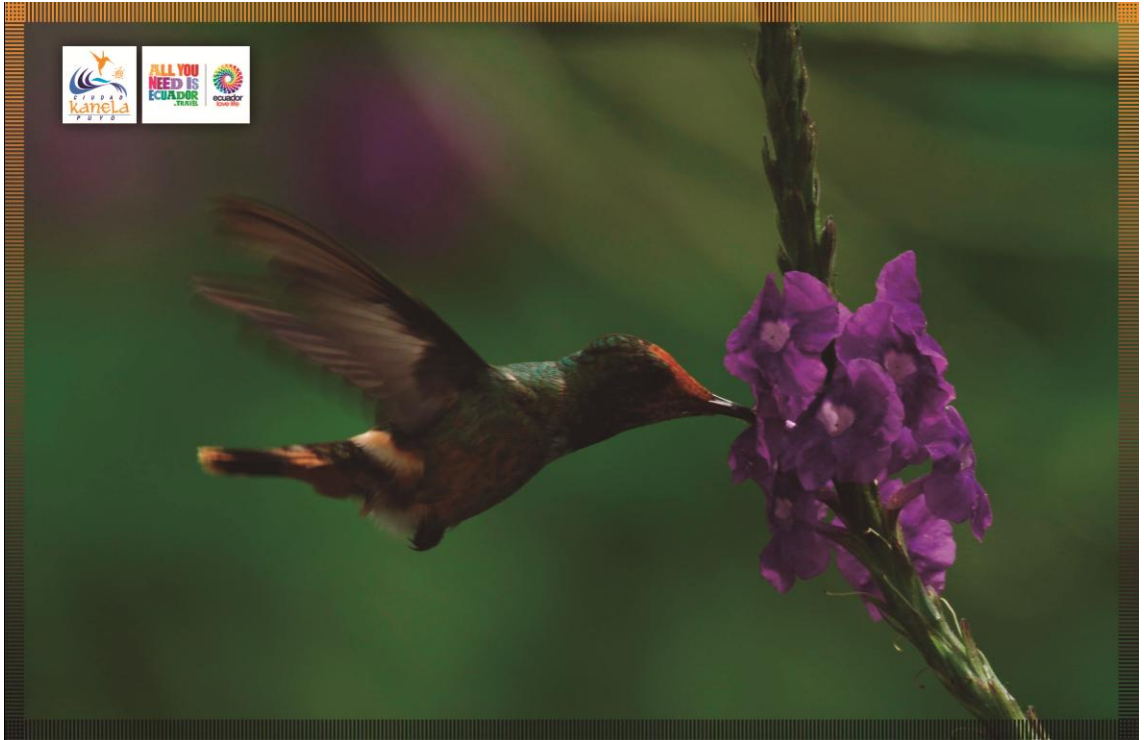


Tabla 34. Capacitación Guías turísticos

Capacitar a guías turísticos para lograr una completa satisfacción de por parte de los visitantes															
Tiempo de ejecución	Se elaborara un cronograma en el que están inmersas todas las actividades a desarrollar con tiempo y espacio específico.														
Recursos	Capacitador (2), materiales necesarios \$ 600														
Responsables	Sandra Mejía y capacitador														
Actividades	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tema de capacitación</th> <th>Capacitados</th> <th>Tiempo de capacitación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Metodologías de Guía</td> <td>Guías de los atractivos turísticos</td> <td>5 días (3 horas diarias)</td> </tr> <tr> <td>Apreciación de los recurso naturales y culturales</td> <td>Guías de los atractivos turísticos, propietarios.</td> <td>1 día (3horas)</td> </tr> <tr> <td>Formación especializada en atención al cliente</td> <td>Guías de los atractivos y propietarios de las instituciones</td> <td>1 día (2 horas)</td> </tr> </tbody> </table>			Tema de capacitación	Capacitados	Tiempo de capacitación	Metodologías de Guía	Guías de los atractivos turísticos	5 días (3 horas diarias)	Apreciación de los recurso naturales y culturales	Guías de los atractivos turísticos, propietarios.	1 día (3horas)	Formación especializada en atención al cliente	Guías de los atractivos y propietarios de las instituciones	1 día (2 horas)
Tema de capacitación	Capacitados	Tiempo de capacitación													
Metodologías de Guía	Guías de los atractivos turísticos	5 días (3 horas diarias)													
Apreciación de los recurso naturales y culturales	Guías de los atractivos turísticos, propietarios.	1 día (3horas)													
Formación especializada en atención al cliente	Guías de los atractivos y propietarios de las instituciones	1 día (2 horas)													
Resultados esperados	Al realizar esta actividad se espera que alcanzar el interés de los guías y propietarios y personas aledañas por compartir sus conocimientos, además se espera que el visitante reciba por parte de los actores turísticos una correcta y cálida atención.														

Fuente: Propia

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía

Tabla 35. Desarrollar encuestas dirigidas a los visitantes

Desarrollar encuestas dirigidas a los visitantes que permitan obtener una opinión acerca de los atractivos turísticos y sus servicios.	
Tiempo de ejecución	Las encuestas están dirigidas para los turistas y se elaboraran cada de seis meses
Recursos	Preguntas establecidas para el desarrollo de la encuesta, esferos, impresión, copias 125 (\$5)
Responsables	Sandra Mejía
Actividades	La encuesta se desarrolla al momento de salida del atractivo por parte del visitante, tendrá una duración aproximada de 3 minutos
Resultados esperados	Al desarrollar la encuesta se conoce la atención que recibieron los visitantes y a su vez ellos otorgan recomendaciones de mejora.

Fuente: Propia

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía

1.9. Estrategias de Promoción

- Elaboración de técnicas publicitarias
- Diseño de nuevos instrumentos promocionales
- Difusión de los atractivos de la ciudad de Puyo por medio de las redes sociales.

Tabla 36. Técnicas publicitarias

Elaboración de técnicas publicitarias													
Tiempo de ejecución	Veinte horas considerando que se debe estar en constante análisis												
Recursos	Fotografías, Lista de todos los atractivos de la ciudad, Isologotipo.												
Responsables	Sandra Mejía												
Actividades	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Técnicas Publicitarias</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pantalla partida</td> <td>Ser creativo al momento de generar el mensaje, para lograr que el visitante visualice la información más importante de los atractivos de la ciudad en relación con atractivos de otras ciudades.</td> </tr> <tr> <td>Transmitir al visitante al futuro</td> <td>Lograr que el turista sienta interés por conocer el lugar y sienta que se encuentra en el lugar aun sin estarlo</td> </tr> <tr> <td>Darles a conocer los atractivos turísticos que existen en la ciudad de Puyo</td> <td>El turista siempre desea saber que va a conocer y experimentar del lugar que va a acudir como visita.</td> </tr> <tr> <td>Conectar al turista con los atractivos de la ciudad</td> <td>Trabajar de manera creativa y pensante para lograr que el turista entienda de la manera más rápida de lo que se le está informando.</td> </tr> <tr> <td>Destacar los más importante e interesante de los atractivos de la ciudad</td> <td>Trabajar de manera creativa para lograr que el turista no se aburra leyendo datos repetitivos, sino al contrario buscar medios para destacar lo más importante e interesante de los atractivos</td> </tr> </tbody> </table>	Técnicas Publicitarias		Pantalla partida	Ser creativo al momento de generar el mensaje, para lograr que el visitante visualice la información más importante de los atractivos de la ciudad en relación con atractivos de otras ciudades.	Transmitir al visitante al futuro	Lograr que el turista sienta interés por conocer el lugar y sienta que se encuentra en el lugar aun sin estarlo	Darles a conocer los atractivos turísticos que existen en la ciudad de Puyo	El turista siempre desea saber que va a conocer y experimentar del lugar que va a acudir como visita.	Conectar al turista con los atractivos de la ciudad	Trabajar de manera creativa y pensante para lograr que el turista entienda de la manera más rápida de lo que se le está informando.	Destacar los más importante e interesante de los atractivos de la ciudad	Trabajar de manera creativa para lograr que el turista no se aburra leyendo datos repetitivos, sino al contrario buscar medios para destacar lo más importante e interesante de los atractivos
Técnicas Publicitarias													
Pantalla partida	Ser creativo al momento de generar el mensaje, para lograr que el visitante visualice la información más importante de los atractivos de la ciudad en relación con atractivos de otras ciudades.												
Transmitir al visitante al futuro	Lograr que el turista sienta interés por conocer el lugar y sienta que se encuentra en el lugar aun sin estarlo												
Darles a conocer los atractivos turísticos que existen en la ciudad de Puyo	El turista siempre desea saber que va a conocer y experimentar del lugar que va a acudir como visita.												
Conectar al turista con los atractivos de la ciudad	Trabajar de manera creativa y pensante para lograr que el turista entienda de la manera más rápida de lo que se le está informando.												
Destacar los más importante e interesante de los atractivos de la ciudad	Trabajar de manera creativa para lograr que el turista no se aburra leyendo datos repetitivos, sino al contrario buscar medios para destacar lo más importante e interesante de los atractivos												
Resultados esperados	A raíz de esta técnica se crean mensajes interesantes y persuasivos que permita al turista conocer e interesarse por visitar la ciudad de Puyo y sus atractivos turísticos												

Fuente: Propia
Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Tabla 37. Diseño de nuevos instrumentos promocionales

Diseño de nuevos instrumentos promocionales	
Tiempo de ejecución	Cuatro semanas
Recursos	Fotografías, lista y características de todos los atractivos de la ciudad, Isologotipo y \$ 11019
Responsables	Sandra Mejía, diseñador gráfico e imprenta
Actividades	-Elaboración de trípticos, e impresión a laser de las imágenes de los atractivos turísticos de la ciudad en hoja A4 a los dos lados. - Elaboración de postales con imágenes de los atractivos turísticos en cartulina sulfatada. -Elaboración de vallas publicitarias de 3 metros por 2 metros de lona, estructura de tubo - Diseño de páginas web
Resultados esperados	Con la difusión publicitaria que se pretende realizar se espera alcanzar el reconocimiento e interés por parte del turista por conocer la Ciudad de Puyo y a la vez estar presentes en la mente del visitante.

Fuente: Propia
Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

Tabla 38. Difusión de los atractivos por medio de redes sociales

Difusión de los atractivos de la ciudad de Puyo por medio de las redes sociales.	
Tiempo de ejecución	Treinta horas
Recursos	Fotografías, historia de los atractivos turísticos, isotipo
Responsables	Sandra Mejía y diseñador gráfico
Actividades	-Estudiar las reglas y tips que rigen la publicidad en las redes sociales. - Crear los perfiles en las redes sociales.
Resultados esperados	A través de estas actividades de difusión se pretende lograr una adecuada promoción turística de los atractivos, a travesando fronteras tanto para turistas nacionales y extranjeros de todo rango de edad y generar interés en las personas por visitar Puyo.

Fuente: Propia
Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

1.10. Estrategia de distribución

- Distribución indirecta del material publicitario en la ciudad de Puyo

Tabla 39. Distribución material publicitario

Distribución indirecta del material publicitario	
Tiempo de ejecución	Alrededor de cinco horas
Recursos	Transporte \$50
Responsables	Sandra Mejía
Actividades	-Determinar los lugares con mayor afluencia de turistas - Seleccionar los lugares específicos de distribución - Distribución de postales y trípticos.
Resultados esperados	Se logrará que el material publicitario llegue a manos y conocimiento de los turistas que están interesados en viajar y conocer la gran biodiversidad natural y cultural que posee la ciudad de Puyo.

Fuente: Propia

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

1.11. Cronograma de actividades del plan de marketing

Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12
investigacion sobre el plan de marketing	■											
Investigación sobre los atractivos de la ciudad		■										
Investigación de la población		■										
Capacitación Guías			■									
Análisis FODA				■								
Analisis de la matriz de efectos cruzados				■								
Analisis de las 4 p's					■							
Desarrollar encuestas dirigidas a los visitantes					■							
Creación de estrategias de marketing						■	■					
Elaboración de la identidad visual								■				
Diseño de nuevos instrumentos promocionales							■		■			
Elaboración de tripticos, postales										■		
Elaboración de vallas publicitarias										■		
Difusión de los atractivos por medio de las redes sociales.											■	
Distribución del material publicitario												■

Fuente: Propia

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

1.12. Presupuesto

Tabla 40. Presupuesto

Elemento	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Desarrollo de la identidad visual	1	40	40
Capacitación de guías	2	300	600
Elaboración de encuestas	1	125	125
Esferos	5	0,35	1,75
Trípticos	1000	0,45	450
Postales	1000	0,4	400
Vallas publicitarias	2	4500	9000
Publicidad en la redes sociales	-	850	850
Transporte	-	50	50
TOTAL			11516,75

Fuente: Propia

Elaborado por: Sandra Marisol Mejía Segovia

ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA
CARRERA: ECONOMÍA

- I. DIRIGIDO A:** Empresarios Turísticos
- II. MOTIVACIÓN:** Obtener información confiable sobre la industria turística y el desarrollo socioeconómico de la ciudad de puyo.
- III. OBJETIVO:** Recolectar información confiable sobre la industria turística y el desarrollo socioeconómico de la ciudad de puyo.
- IV. INSTRUCCIONES:** Marque con una X cada una de las casillas solicitadas, solo deberá seleccionar una opción.
- V.** Señor empresario la información brindada es confidencial y será de uso únicamente académico.

VI. INFORMACIÓN GENERAL

Edad

25-45 46-66 67-87

Género

Masculino Femenino

Actividad del negocio

Agencias de viaje Hospedaje

Comida y bebida Creación, Diversión, Esparcimiento

Transporte

¿Cuántos años tiene funcionando su negocio?

0-11 meses 1-5 años

6-10 años 11 años y más

VII. ASPECTOS ESPECÍFICOS

1. ¿Cuántos empleados existen en su negocio?

Masculino Femenino

2. Según su opinión mensual, ¿cuál es el valor aproximado de sus gastos operativos con respecto a su establecimiento?

500- 1000 1001-1500

1501-2000 2001- 2500

3. ¿Cuál es el ingreso neto mensual aproximado de su negocio?

100-500 501- 1000 1001-1500

1501-2000 2001- 2500 2501- 3000

3001 -3500

4. Cuál es el pago mensual por contribución al SRI.

50- 100	<input type="checkbox"/>	101-150	<input type="checkbox"/>	151-200	<input type="checkbox"/>
201- 250	<input type="checkbox"/>	251- 300	<input type="checkbox"/>	301- 350	<input type="checkbox"/>
351- 400	<input type="checkbox"/>	401- 450	<input type="checkbox"/>	451 -500	<input type="checkbox"/>

5. Estime un promedio de gastos anuales por impuestos en el GAD Municipal, MINTUR, ARCSA entre otros.

100- 300	<input type="checkbox"/>	301-500	<input type="checkbox"/>	501-700	<input type="checkbox"/>
701- 900	<input type="checkbox"/>	901- 1100	<input type="checkbox"/>	1101- 1300	<input type="checkbox"/>
1301- 1500	<input type="checkbox"/>	1501- 1700	<input type="checkbox"/>	1701- 1900	<input type="checkbox"/>
1901- 2100	<input type="checkbox"/>	2101 -2300	<input type="checkbox"/>		

6. ¿Cuántos turistas aproximadamente llegan mensualmente a este negocio?

0-10	<input type="checkbox"/>
11-50	<input type="checkbox"/>
51-90	<input type="checkbox"/>
91-130	<input type="checkbox"/>
131-170	<input type="checkbox"/>
171-220	<input type="checkbox"/>

7. Del total ya mencionado, ¿Cuántos son turistas extranjeros?

Extranjeros

1% - 6%	<input type="checkbox"/>
7%- 11%	<input type="checkbox"/>
12- 16%	<input type="checkbox"/>
17%-21%	<input type="checkbox"/>
22%- y más	<input type="checkbox"/>

8. El flujo turístico en su establecimiento:

Aumentado b) disminuido c) no ha variado

Porque.....

9. ¿Pertenece a alguna asociación con fines comunes? Si es afirmativa, que han logrado

Sí No

¿Que han logrado?

10. ¿Considera ampliar su negocio?

Sí No

11. ¿Considera Ud. que su negocio cuenta con la infraestructura adecuada para fomentar el turismo?

Sí No

12. ¿Ha recibido apoyo de los organismos públicos para mejorar el turismo local?

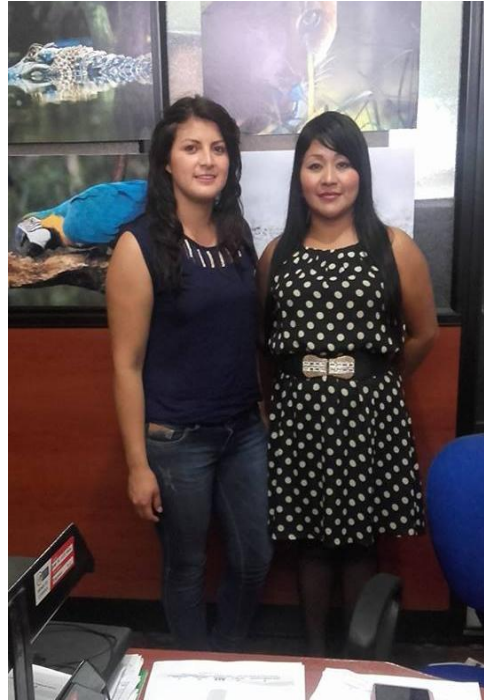
Sí No

13. ¿Según su criterio que políticas debe implementar el gobierno municipal para impulsar el turismo?

.....
.....

Anexo N°2

Entrevista con la Directora de Turismo del GAD Cantonal de Pastaza y fotografía con el Dr. Roberto de la Torre



Anexo N° 3

Entrevista con el Ing. Juan José Olivo del GADPPz y la Mgs. Nelly Durán del MINTUR



Anexo N°4

Desarrollo de encuestas a las instituciones

