

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniera de Empresas**

**TEMA: “El impacto socio – económico del turismo
en la parroquia Salasaka, cantón Pelileo, provincia
de Tungurahua”**

AUTORA: Lorenza Pilla Jerez

TUTOR: Ing. Mg. William Fabián Teneda Llerena

AMBATO – ECUADOR

Junio 2019



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mg. William Fabián Teneda Llerena.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“El impacto socio – económico del turismo en la parroquia Salasaka, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua”** presentado por la señorita **Lorenza Pilla Jerez** para optar por el título de Ingeniera de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.


Ambato, 20 de Mayo del 2019

Ing. Mg. William Fabián Teneda Llerena

C.I.1801670041

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Lorenza Pilla Jerez**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.




Lorenza Pilla Jerez

C.I.1804623864

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Eco. Mg. Ángel Enrique Chico Frías
C.I.180264582-8



Eco. Mg. Luis Fabricio Lazcano Pérez
C.I.180352194-5

Ambato, 20 de Mayo del 2019

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

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



Lorenza Pilla Jerez

C.I.1804623864

DEDICATORIA

El presente trabajo investigación primeramente lo dedico a Dios por darme la fortaleza necesaria para lograr mis objetivos, por su misericordia y bendiciones en estos años.

A mis amados Padres Francisco Pilla y Anita Jerez, mi ejemplo para luchar y cumplir mis metas, mi inspiración y mi fuerza, quienes con su amor, dedicación han hecho posible este gran logro y por sobre todo, los valores y principios que me han inculcado desde mi infancia.

A mis hermanas Margarita, María, Francisca, Rosa y mi hermano Martin, que me enseñaron que no importa cuántas veces fallemos siempre hay que levantarse y seguir adelante, a nunca rendirme por más difícil sea la situación, por sus consejos, amor y apoyo incondicional.

A mis compañeros(as) y amigos(as) con quienes hemos compartido toda una vida Universitaria siempre brindándome su amistad y ayuda.

Lorenza Pilla Jerez

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por haberme guiado y acompañado en todo momento, y por a verme dado la fortaleza y sabiduría, para poder culminar mi carrera.

Expreso mis agradecimientos sinceros a la Universidad Técnica de Ambato, principalmente a la Facultad Ciencias Administrativa, por haberme permitido ser parte de esas aulas donde día tras día adquirí maravillosos conocimientos y experiencias.

A los docentes de la carrera Organización de Empresas que con paciencia y carisma aportaron para mí formación personal y profesional, de manera especial al **Ing. Mg.** William Teneda, Tutor de tesis quien con su sabiduría me ha orientado en todo momento para culminar con éxito mi trabajo de graduación.

A todas las personas que me brindaron su ayuda y compartiendo sus conocimientos de forma desinteresada. A todos ustedes que Dios les bendiga.

Gracias a la vida por esta experiencia invaluable.

Lorenza Pilla Jerez

ÍNDICE DE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE LA AUTENTIDAD.....	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DEL GRADO.....	IV
DERECHOS DE AUTOR.....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE TABLAS.....	XIII
ÍNDICE GRÁFICOS.....	XV
RESUMEN EJECUTIVO.....	XVII
ABSTRACT.....	XVIII
INTRODUCCIÓN	1
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1 Tema.....	3
1.2 Planteamiento del Problema.....	3
1.2.1 Contextualización.....	3
1.2.2 Macro	3
1.2.3 Meso.....	5
1.2.4 Micro.....	6
1.3 Análisis Crítico	8
1.3.1 Prognosis.....	9
1.3.2 Formulación del problema	10
1.3.3 Interrogantes.....	10
1.3.4 Delimitación del objetivo de investigación.....	10
1.3.5 Justificación	11
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
2.1. ObjetivosGeneral	13
2.1.2 Objetivos Específicos.....	13
3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)	14
3.1 Antecedente Investigativo.....	14

3.3 Fundamentos Legal.....	16
3.3 Categorías Fundamentales	19
3.4 Marco Conceptual Variable Independiente:	19
3.4 Marco Conceptual Variable Dependiente: Turismo en la parroquia Salasaka	24
3.5 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
3.6 Señalamiento de variables.....	34
3.6.1 Variable Independiente	34
3.6.2 Variable Dependiente.....	34
4 METODOLOGÍA	35
4.1 Enfoque de la investigación	35
4.2 Modalidad Básica de la Investigación	35
4.3 Métodos empíricos.....	35
4.4 Observación científica.....	36
4.5 Encuesta	36
4.6 Análisis de documentos	36
4.7 Métodos estadísticos	37
4.7.1 Población y muestra.....	37
4.7.2 Población.....	37
4.7.3 Muestra.....	37
4.7.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE	39
5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	42
5.1 Análisis de Resultados	42
5.2 Análisis del sector turístico de la parroquia Salasaka.....	42
5.2.1 Medición de impacto socioeconómico del turismo de la parroquia Salasaka...	43
5.2.2 Análisis de los Ingresos del turismo	44
5.2.5 Días de mayor afluencia turística en la parroquia Salasaka.....	46
5.3 Ingresos económicos	47
5.3.1 Variables del Turismo.....	48
5.3.2 Componente asentamientos humanos	48
5.3.3 Infraestructura y acceso a servicios básicos a la vivienda: cobertura de agua potable, electricidad, saneamiento.	49
5.3.4 Acceso a energía eléctrica.....	49
5.3.5 Acceso a agua de consumo	49

5.4.1 Las familias que se dedican al turismo en la parroquia Salasaka son:.....	50
5.4.2 Redes viales y transporte.....	51
5.5 Validación del Instrumento.....	51
5.6. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS TURISTAS NACIONALES E EXTRANJEROS QUE VISITARON LA PARROQUIA SALASAKA	53
5.6.1 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS PROPIETARIOS QUE OFERTAN A LOS GESTORES TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA SALASAKA.	71
5.6.2 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	85
5.6.3 Estimar Estadísticos	85
5.6.4 Planteo de Hipótesis.....	85
5.6.5 Estimar Estadística.....	86
4.2.3. Nivel de significancia y regla de decisión	86
5.6.6 Calculo Chi cuadrado χ^2	87
Tabla 34: Prueba de hipótesis Chi Cuadrado.....	88
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	89
6.1 CONCLUSIONES	89
6.2 RECOMENDACIONES.....	90
7. LA PROPUESTA	92
7.1 Datos Informativos.....	92
7.1.1 Tema:	92
7.1.2 Institución Ejecutora:	92
7.1.3 Beneficios.....	92
7.1.4. Ubicación:	92
7.1.5. Tiempo de Ejecución	93
7.1.6. Responsables.....	93
7.2. Antecedentes de la Propuesta.....	93
7.3 Justificación	95
7.4 Fundamentación Teórica.....	96
Planeación estratégica	96
Promoción	96
Turismo	96

7.4.1 PLAN PROMOCIÓN TURÍSTICA	99
7.4.2 Análisis situacional del turismo comunitario de la parroquia Salasaka.....	99
7.5 Breve reseña histórica	99
7.5.1 Plan de Promoción turística	100
7.5.2 Mision	100
7.5.3 Visión	100
7.5.4 Análisis FODA.....	101
7.5.5 Estrategia turística de comercialización	104
7.5.6 Estrategias de Producto	104
7.5.6 Estrategias de Precio	104
7.5.7 Estrategias de Plaza.....	105
7.6 Demanda	106
7.6.1 Oferta	107
7.6.2 Atractivo turísticos ofertados	107
Bibliografía	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variable Independiente: Impacto socio- económico	40
Tabla 2: Variable Dependiente: Turismo en la parroquia Salasaka.	41
Tabla 3: Localización geográfica.....	45
Tabla 4: Ingresos económico	47
Tabla 5: Tenencia de la vivienda	48
Tabla 6: Distribución de la organización	50
Tabla 7: Estadísticas de fiabilidad	51
Tabla 8: Estadística de fiabilidad.....	52
Tabla 9: Información General.....	53
Tabla 10: Sexo	54
Tabla 11: Educación.....	55
Tabla 12: Principal motivo de viaje.	56
Tabla 13: Turismo comunitario en la parroquia Salasaka.	58
Tabla 14: Qué aspecto le atrae la parroquia.....	59
Tabla 15: Cuanto pagaría por un paquete turístico diario.....	61
Tabla 16: Los servicios turísticos que ofrece la parroquia.	62
Tabla 17: Aspecto que más le agrada.	63
Tabla 18: Debería mejorar el servicio.....	65
Tabla 19: Medios de comunicación idónea para promocionar.	66
Tabla 20: Cómo se entero acerca del turismo	67
Tabla 21: Falta de promocionar el turismo	69
Tabla 22: Cree usted que el turismo mejoraría el nivel de vida.....	71
Tabla 23: Los principales demandantes de los servicios turísticos.....	72
Tabla 24: Para ofertarlos servicios de calidad en el turismo.....	74
Tabla 25: En qué actividad económica le gustaría participar.	75
Tabla 26: Que actividad económica mejoraría.	77
Tabla 27: Ingresos económicos.....	78
Tabla 28: Ingresos mensuales.	79
Tabla 29: Existe bien estar social.....	81
Tabla 30: Debería mejorar el servicio.....	82
Tabla 31: En que debería ser basado un plan de promoción turística.....	83

Tabla 32: Matriz de Frecuencias Observadas	87
Tabla 33: Matriz de Frecuencias Esperada.	87
Tabla 34: Prueba de hipótesis Chi Cuadrado.....	88
Tabla 35: Análisis FODA	102
Tabla 36: Estrategias de producto	104
Tabla 37: Estrategias de precio	105
Tabla 38: Estrategias de Plaza	105
Tabla 39: Estrategias de promoción.....	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Árbol del problema.....	8
Gráfico 2: De Inclusión: Superordinarios Conceptuales y Sub- Ordinación Conceptual.....	31
Gráfico 3: Variable Independiente:.....	32
Gráfico 4: Variable Dependiente:	33
Gráfico 5: Ingresos Económicos	44
Gráfico 6: Días de mayor afluencia turística	46
Gráfico 7: Edad	53
Gráfico 8: Sexo	54
Gráfico 9: Educación	55
Gráfico 10: Principal motivo de viaje.....	57
Gráfico 11: Turismo comunitario en la parroquia Salasaka.	58
Gráfico 12: Qué aspectos le atrae a la parroquia.	59
Gráfico 13: Cuanto pagaría por un paquete diario.....	61
Gráfico 14: Los servicios turísticos que ofrece la parroquia.	62
Gráfico 15: Aspecto que más le agrada.	64
Gráfico 16: Debería mejorar el servicio.....	65
Gráfico 17: Medios de comunicación idónea para promocionar.	66
Gráfico 18: Como se entero acerca del turismo	68
Gráfico 19: Falta de promocionar el turismo.	69
Gráfico 20: Cree usted que el turismo mejoraría el nivel de vida.....	71
Gráfico 21: Los principales demandantes de los servicios de los turísticos.	73
Gráfico 22: Para ofertarlos servicios de calidad en el turismo.	74
Gráfico 23: Que actividad económica mejoraría.	76
Gráfico 24: Estaría dispuesto a compartir sus costumbres.	77
Gráfico 25: Ingresos económicos.....	78
Gráfico 26: Ingresos mensuales.	80
Gráfico 27: Existe bien estar social.....	81
Gráfico 28: Debería mejorar el servicio.....	82
Gráfico 29: En que debe ser basado un plan de promoción turista.....	84
Gráfico 30: Mapa de distribución de la parroquia Salasaka	93

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal conocer el impacto socio económico del turismo en la parroquia Salasaka específicamente en cantón Pelileo provincia de Tungurahua. Debido a que la parroquia cuenta con atractivos culturales que las personas han visto como una fuente de ingresos económicos para fomentar una calidad de vida adecuada.

Por esta razón que el presente trabajo de investigación se ha enfocado el principal problema de los gestores turísticos es el bajo nivel de ingresos, ya que principalmente por la mínima o deficiente promoción turística de los servicios que oferta la parroquia, y la afluencia de turistas es escasa, por tal razón no hay desarrollo local.

Los datos arrojados por la investigación de campo aplicada a los turísticos indican que es importante fomentar el turismo comunitario mejorará el nivel de vida de los gestores turísticos; a la vez que enriquecerá la identidad cultural y tradiciones de las comunidades de la parroquia Salasaka

Así la propuesta resultante de la investigación me direccionó para identificar el diseño de un plan promoción turística permitirá mejorar la calidad de vida de los gestores turistas y de quienes directa o indirectamente viven de esta relevante actividades económica en Salasaka. De esta manera turistas nacionales e internacionales podrán conocer todas las riquezas naturales y culturales que posee la localidad, incrementando el ingreso de divisas y por ende generando fuente de empleo.

PALABRAS CLAVE: TURISMO COMUNITARIO, IMPACTO ECONÓMICO, ESTUDIO SOCIO-ECONOMICO, COMUNIDAD SALASAKA.

ABSTRACT

The main objective of this research work is to know the socio-economic impact of tourism in the parish of Salasaka, specifically in Pelileo province of Tungurahua province. Because the parish has cultural attractions that people have seen as a source of income to promote an adequate quality of life.

For this reason that the present research work has focused on the main problem of tourism managers is the low level of income, since mainly due to the minimal or deficient tourist promotion of the services offered by the parish, the influx of tourists is scarce , for this reason there is no local development.

The data thrown by field research applied to tourism managers indicate that it is important to promote community tourism will improve the living standards of tourism managers; At the same time, it will enrich the cultural identity and traditions of the Salasaka parish communities

Thus the proposal resulting from the research directed me to identify the design of a tourism promotion plan will improve the quality of life of the tourists managers and those who directly or indirectly live from this relevant economic activities in Salasaka. In this way national and international tourists will be able to know all the natural and cultural riches that the locality possesses, increasing the income of foreign currency and therefore generating a source of employment.

KEYWORDS: COMMUNITY TOURISM, ECONOMIC IMPACT, SOCIO ECONOMIC, SALASAKA COMMUNITY.

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación tiene como tema: “El impacto socio – económico del turismo en la parroquia Salasaka, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua”, el cual se ha realizado con el propósito de incentivar y fomentar el turismo de la parroquia Salasaka y así sea reconocida a nivel nacional e internacional como un destino de turismo para poder mejorar el nivel de ingresos, creando fuente de empleo y por ende mejorar la calidad de vida de los turistas.

Para un mejor entendimiento fue necesario dividir en capítulos que se detalla a continuación:

En el Capítulo II, se analiza el problema objetivo de la investigación, un análisis crítico, la prognosis, la formulación del problema, los interrogantes, la justificación de la investigación y el planteamiento de los objetivos con el fin de solucionar, si el deficiente turismo y el bajo nivel de ingresos conllevan a una mala calidad de vida de los turistas de la parroquia Salasaka de cantón Pelileo.

En el Capítulo III, se analiza el marco teórico, con los antecedentes investigativos, los fundamentos filosóficos, y fundamentos legales. Así también categorías fundamentales, marco conceptual de la variable independiente, marco conceptual variable dependiente, red de inclusiones conceptuales, constelación de ideas de la variable independiente, constelación de ideas de la variable dependiente, hipótesis, y finalmente señalamiento de variables.

En el Capítulo IV, se analiza la metodología, el enfoque de la investigación en este caso fue tener parte cuantitativo y cualitativo, la modalidad de la investigación, los niveles de investigación se determina la población y muestra que llegan los turistas a la parroquia Salasaka, y también al mismo tiempo una muestra de los propietarios que ofertan a los gestores turísticos en la parroquia Salasaka, la operalización de la variables, recolección de información y técnicas que se emplea para recoger información, procedimiento de la información y el procedimiento.

En el Capítulo V, trata sobre análisis e interpretación de los resultados, donde comprende análisis de las encuestas realizada a los turistas nacionales e internacionales que llegan a la parroquia Salasaka, seguido al análisis de los resultados e interpretación de datos, para finalmente realizar la verificar el alfa de cronbach y en los propietarios que ofertan a los gestores turísticos en la parroquia Salasaka, en donde determinar los propietarios que ofertan a los gestores turísticos en la parroquia Salasaka, influye en la calidad de vida de los turistas de la parroquia.

El Capítulo VI, incluye la propuesta que barca datos informativos, la propuesta, justificación de la propuesta, para determinar si es viable la propuesta, seguida por la fundamentación y el plan operativo, en este un plan de promoción turística.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

“El impacto socio – económico del turismo en la parroquia Salasaka, cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua”.

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1 Contextualización

1.2.2 Macro

En la actualidad, el turismo en el Ecuador es uno de los rubros que mayor cantidad de ingresos reporta, es así que según el Ministerio de Turismo (2017) un total de 118.614 turistas extranjeros arribaron a Ecuador durante abril del 2017, registrándose así un incremento histórico del 32% con respecto a abril del 2018”. En efecto, es evidente las últimas promociones turísticas que el gobierno nacional impulsa con la finalidad de convertir a nuestro país en una potencia turística, aprovechando todas las riquezas que la naturaleza ofrece a nuestro alrededor y no depender solo del petróleo es decir situada en 19 ciudades del mundo

De esta manera, se busca dar a conocer todos los lugares atractivos que posee Ecuador, aunque las islas Galápagos es el destino turístico más conocido a nivel mundial, el país cuenta con una gama de productos 4 turísticos en la Sierra, Costa y Amazónica.

Así, el turismo se ha convertido en un motor económico importante para el desarrollo del país. A su vez, cabe mencionar que existen diferentes productos turísticos que oferta Ecuador, tal es el tema caso del impacto socio- económico del turismo, que tiene una mayor relevancia por mejorar las situacionescondiciones de vida de miles de ciudadanos.(Martinez P, 2017)

Según Ponce (2017) es importante destacar que el Ecuador es un Estado intercultural y plurinacional que permite mantener, desarrollar y fortalecer libremente la identidad cultural, así como también las tradiciones ancestrales y formas de organización social; en este sentido, las comunidades indígenas, afro ecuatorianas e inclusive mestizas, se han incursionado en el turismo con sus propias concepciones denominando turismo comunitario, donde revalorizan sus culturas locales y preservan los recursos naturales, manifestando que el turismo será el vehículo para proteger el hábitat, la naturaleza y la pacha mama.

En opinión de Ruiz Hernández (2013) el turismo posee valores culturales e integrales que se establece las líneas de trabajo para el fortalecimiento del turismo, programado que cumpliría sus objetivos en este año y promete renovar sus estrategias para su siguiente año es decir que el turismo a nivel mundial muestra nuevos comportamientos intereses gustos y preferencias, enfocados a la conservación climático de los lugares de los destino atractivos turísticos así como de igual forma la participación y beneficio directo para la habitantes. teniendo en cuenta seguramente creciera debido al marcado interés de todas las naciones por preservar el medio ambiente.

Generalmente turismo es como un nicho de mercado encantador tanto por el volumen del flujo turístico nacional e internacional de los principales países emisores, como por las tendencias indicadas del consumidor actual. Considera el turismo es basado en la naturaleza y ecoturismo es decir en un espacios poco afectados en donde se contribuye a su conservación y al bienestar de la parroquia Salasaka.

El turismo en la parroquia Salasaka adquiere plena forma jurídica en la Ley de turismo de 2002, en la que además se reconoce a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador como interlocutor en el país. Ciertamente, esta es una de las organizaciones que pretende mejorar los ingresos económicos valorando los patrimonios culturales de cada etnia y si bien es cierto, es luego de una historia de múltiples dificultades, luchas y éxitos que las comunidades indígenas y rurales

comienzan a ser partícipes del turismo comunitario, generando un desarrollo local sustentable. (Donaire G. , 2015)

Según Galarza (2012) el turismo cultural es una de las tres líneas de bienes claves que configuran el mayor número de la acogida en el país.

El turismo económico y socioculturales una de las oportunidades con mayor importancia dentro del turismo sin embargo pueden formar beneficios económicos, que puede ser positivos o negativos, dependiendo de cómo se desarrolle las identidades culturales y naturales para mejorar la calidad de vida de los habitantes y el desarrollo de la comunidad. (Castele, 2015)

1.2.3 Meso

Siguiendo criterio de Ordóñez (2012) en la provincia de Tungurahua, las personas con el afán de impulsar el turismo son conscientes de las potencialidades que posee cada una de las comunidades valorando y protegiendo recursos naturales existentes, por tanto, el Gobierno Provincial es una de las instituciones que desea promover esta línea turística, permitiendo mejorar sus ingresos económicos la mayoría de los Tungurahuenses, ya que los mismos comuneros se encargan de realizar ese tipo de trabajo, pero sin dejar de lado sus actividades diarias del campo.

Aunque la intención es que los turistas provengan primero del propio Ecuador, las costumbres, enseñanzas ancestrales y la cultura de estas comunidades es más llamativa para la gente de Europa y América del Norte que aprecian y se interesan por conocer otras tradiciones diferentes a las suyas.

De igual manera, cabe recalcar que, esta forma de turismo permite tener más contacto con la gente, conocer sus costumbres y la forma de vida de culturas. Sin duda alguna, para los turistas el convivir con pobladores de las comunidades significa momentos inolvidables donde aprecian su cosmovisión y todas las riquezas que éstas poseen. (Maldonado F. , 2014)

Según Osorio (2014) claros ejemplos de turismo que se desarrollan en esta provincia es Cunugyacu, una comunidad indígena ubicada en la parroquia de Pilahuín, donde se puede admirar de cerca la belleza del Carihuayrazo, a más de realizar cabalgatas y caminatas a lagunas y cascadas; de igual forma Quillán situada en Píllaro en donde también se puede realizar varias actividades y visitar los senderos guiados, tarabita y puestos de artesanías; y finalmente San José de Poaló, considerada como la puerta de los Llanganates un proyecto de turismo comunitario que consiste en ofrecer hospedaje, alimentación y visitas guiadas a los Llamantes, cordillera que se caracteriza por tener un clima muy extremo e impredecible. (Ballesteros Ruiz Esteban , 2013)

En síntesis, al seguir recorriendo la provincia, se puede encontrar una infinidad de lugares turísticos admirables que Tungurahua ofrece a turistas nacionales e internacionales; a más de la gastronomía, artesanías, costumbres, tradiciones, entre otros.

1.2.4 Micro

La parroquia Salasaka, perteneciente al cantón Pelileo, es un pueblo milenario trascendental, caracterizado por su arte, cultura, tradición, folklor y cosmovisión andina. El idioma que prevalece es el Kichwa. “La parroquia Salasaka cuenta con una población de 5886 personas de las cuales 2784 son hombres y 3102 mujeres, la población económicamente activa es de 3030 y las ocupadas 2682. Las principales actividades económicas son la producción agrícola y la artesanía. INEC (2010)

Según Villacís (2011) en efecto, Salasaka también se identifica por ser una tierra de artesanos, ya que hasta la actualidad la mayoría de hombres y mujeres tienen los llamados “telares” en cada uno de sus hogares, en los cuales fabrican los famosos tapices que son muy cotizados por turistas nacionales y extranjeros.

En cuanto a la organización de este pueblo Kichua son 17 las comunidades que pertenecen a esta Parroquia, siendo la Asamblea Comunitaria la máxima autoridad dirigida por el Consejo de Gobierno que conforman los representantes de las

comunidades, seguida del GAD Parroquial y la Tenencia Política quienes trabajan coordinadamente por el bienestar de todos los habitantes del sector.

Salasaka es una de las Parroquias con mayor herencia cultural, que busca fomentar el turismo comunitario y ser reconocido a nivel nacional e internacional, motivo por el cual existen asociaciones, corporaciones y familias que practican este tipo de actividad, ofreciendo al turista momentos únicos al dar a conocer toda la riqueza cultural y ancestral que posee este pueblo.

Entre algunas de las actividades que realizan estos gestores turísticos son las demostraciones del como hilar para la fabricación de su vestimenta, la realización de las artesanías, a más de planificar paseos en caballo por los denominados lugares sagrados, considerados así, porque al visitarlos en petición de algún favor esto hace realidad. Otro de los lugares a los cuales propios y extraños pueden acudir, son las ferias artesanales, la primera ubicada en el Centro Salasaka y otra en la comunidad Llicacama y Capillapamba, esta última inaugurada recientemente ante el no abastecimiento de todos los productores, en estas encontramos hábiles artesanos y artesanas.

En este sentido, el sector se ha comprometido a un trabajo unido con la finalidad de mejorar sus condiciones de vida impulsando su potencial turístico por medio del cuidado del medio ambiente y recursos naturales, así como también manteniendo y fomentando su tradición y cultura, instruyendo desde niños a sus habitantes hablar el idioma Kichua y no perder la vestimenta, aunque esto se está convirtiendo en una problemática debido a la aculturación. Finalmente, otro de los aspectos que llaman la atención, son las festividades y eventos que año tras año realizan los comuneros, entre las más representativas tenemos la fiesta del caporal, los capitanes, los pendoneros, convirtiéndose el Inti Raymi (fiesta del sol) como el más reconocido a nivel nacional celebrado en el mes de Junio de cada año. (Gaybor, 2017).

1.3 Análisis Crítico

Gráfico 1: Árbol del problema



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Investigación del campo

Relación Causa y Efecto

El principal problema que se han identificado es el bajo nivel de ingreso de los gestores turísticos de la parroquia Salasaka enfrentan por conceptos del impacto socio- económico del turismo, esto se origina entre otros por la débil o escasa promoción turística, causando que los extranjeros desconozcan sobre las riquezas naturales y culturales que conserva la parroquia, generando así que los ingresos económicos por este tema sean mínimos, ocasionando esto a su vez el estancamiento del desarrollo económico de quienes viven de esta actividad. (Ritz Colleges, 2011)

La causa fundamental para que el nivel de ingreso económico de quienes practican esta actividad sea bajo, es el deficiente turismo comunitario, debido a que las actividades ejecutadas con los visitantes no son realizadas con su debida planificación, además de la carencia de un liderazgo efectivo que encabece a ese grupo emprendedor, lo cual impide el desarrollo local.

Según Bringas R(2014) con respecto a la inversión en el ámbito turístico que las autoridades locales de turno establecen es considerablemente bajo en relación a otros rubros, sabiendo que Salasaka por medio del turismo puede generar varias fuentes de empleo y por consiguiente aumentar los ingresos económicos en beneficio de todas las familias de la comunidad, estimulando a la parroquia mantener su identidad cultural.

Finalmente, la poca afluencia de turistas hace que los gestores turísticos de la zona tengan bajo nivel de ingreso y por ende disminución en las plazas de empleo, debido a que autoridades, moradores y todos quienes conforman la parroquia se desinteresan por mejorar la infraestructura turística.(Cabanilla E. , 2015)

1.3.1 Prognosis

Al seguir persistiendo el problema, del impacto socio – económico del turismo y quienes practican el turismo, buscarían otro tipo de actividad a la cual dedicarse y poder satisfacer sus necesidades, abandonando el arte de fabricar diversas artesanías como la elaboración

de los tapices en los telares que persisten en los hogares de la mayoría de los comuneros, así como también la fabricación de sus propias vestimentas.

De la misma manera los hostales, restaurantes, ferias artesanales, entre otros, optarían por buscar otro mercado en el cual restablecerse o tal vez cerrarían definitivamente sus negocios, ocasionando un incremento considerable de desempleo a nivel de la parroquia.

Finalmente, el impacto más grave al no encontrar una solución adecuada a los bajos niveles de ingresos de los gestores turísticos por concepto del turismo comunitario, sería la pérdida de la identidad cultural de esta etnia indígena Tungurahuese.

1.3.2 Formulación del problema

El problema que puede visualizarse a través de la siguiente pregunta.

¿Cuál es el impacto socio-económico que influye en el turismo en la parroquia Salasaka, Cantón Pelileo?

1.3.3 Interrogantes

- ¿Cuál es la situación socio-económico actual de los gestores turísticos en la parroquia Salasaka cantón Pelileo?
- ¿Cuenta la parroquia Salasaka con un producto turístico basado en los atractivos turísticos naturales y culturales?
- ¿Los gestores turísticos contribuyen a la comunidad con un plan de promoción que permita mejorar sus ingresos?

1.3.4 Delimitación del objetivo de investigación

Campo: Administrativo

Área: Turismo

Aspecto: Investigativo

Delimitación Espacial:

El presente trabajo investigativo se llevaría a cabo en la parroquia Salasaka, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.

Delimitación Temporal:

Esta investigación se realizó durante el periodo comprendido entre: Octubre 2018 a Febrero 2019.

Población: Gestores turísticos de la parroquia Salasaka.

1.3.5 Justificación

El turismo es una alternativa de superación de las comunidades indígenas y de aquellas que lo practican, sobre todo por ser una de las zonas que posee y oferta gran variedad de recursos naturales, su cultura y tradición autóctona que son admirados por ciudades del país y del mundo. (Aranda, 2012)

Según Acerenza (2015) en esta parroquia existen varias hosterías, asociaciones, familias, comunidades y el museo etnológico que viven de la práctica del turismo comunitario, ya que gracias al apoyo de las agencias de viajes de la ciudad de Quito y de algunas instituciones públicas y privadas, tienen presencia de varios turistas y otros que por curiosidad al viajar a Baños o a la Amazonía ecuatoriana de paso aprovechan su visita a este sector. Esta actividad, es toda una cadena económica productiva debido a que con la llegada de turistas no solo se benefician los involucrados directos, sino más bien los dueños de restaurantes, artesanos, productores, cooperativas de transporte, entre otros.

Tomando en consideración estos antecedentes, la ejecución de este proyecto es de valiosa importancia, ya que los beneficiarios serán los gestores turísticos de la parroquia Salasaka, del cantón Pelileo, teniendo como objetivo principal el mejoramiento de sus condiciones de vida, mediante el aumento de sus ingresos económicos.

Finalmente, en relaciones a los recursos económicos, la investigación es un totalmente factible de recibir el apoyo del Museo de la Cultura del Pueblo Salasaka y la información

requerida es decir es fácil acceso tanto en fuentes primarias, como también secundarias para la redacción del marco teórico.(Molinar, 2015)

El turismo es muy significativo proponer a mantener el ambiente natural del campo que genera fuentes de trabajo y viabiliza a mejoras el nivel de vida de las personas. El turismo es entendido en la manera que ha sido descrito como un turismo que incorpore al visitante con las actividades y estilos de vida, beneficiaría a toda parroquia Salasaka y sus actividades del sector económico y social, generando alianzas estratégicas para cubrir las necesidades de la corriente turistas.

Este tipo de investigación socio económico del turismo no será el primero en esta zona, pero ha de ser novedoso, como en busca de potencializar los atractivos turísticos existentes, dando a conocer a nivel nacional e internacional, que luego se constituirá en un destino turístico para el mercado, demostrando propuestas para el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, mediante la actividad turística.

Tomando en consideración estas circunstancias, la ejecución de este proyecto es valiosa importancia, ya que los beneficios serán los gestores turísticos de la parroquia Salasaka, cantón Pelileo, teniendo como objetivo principal el mejoramiento de sus condiciones de vida, mediante el aumento de sus ingresos económicos.(Morcillo , 2015)

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Objetivos General

- Estudiar el impacto socio-económico del turismo, con la finalidad de mejorar el ingreso económico de la vida de los gestores turísticos de la parroquia Salasaka.

2.1.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente el turismo y el impacto socioeconómico en los gestores turísticos de la parroquia Salasaka.
- Caracterizar la situación actual, a través, de la demanda y oferta turística de la parroquia Salasaka.
- Analizar el impacto socio-económico del turismo en la parroquia Salasaka.
- Proponer un plan promocional de los atractivos turísticos de la parroquia Salasaka, para impulsar la gestión turística.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)

3.1 Antecedente Investigativo

El presente trabajo investigativo se apoya en varias investigaciones anteriores de diferentes autores ya sean ecuatorianos, latinoamericanos, así como también europeos, quienes realizan su investigación con una o dos de las variables acerca del tema propuesto.

En la investigación de Rodríguez Zúñiga (2013) llamada “**Costumbres y tradiciones indígenas y su impacto en el turismo de la parroquia Salasaka, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua.**” se plantea como objetivo:

- Investigar el impacto de las costumbre y tradiciones indígenas en el turismo de la parroquia Salasaka, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua”.
- Determinar el nivel de conservación de las costumbres y tradiciones indígenas en la parroquia Salasaka.
- Elaborar una alternativa de solución que se puede plantear ante la problemática encontrada.

Según Díaz Magadán (2014) con esta información la autora llega con las siguientes conclusiones: “Los poblacioneshan mantenido su cultura desde hace muchos años pero lo cual se va presume por un efecto llamado aculturación principalmente en los jóvenes ya que están perdiendo su identidad cultural, conjuntamente se están perdiendo algunos saberes ancestrales por las pocasprácticas de los mismos. De esta manera, la parroquia Salasaka posee una cultura única en el mundo, ya la misma es importante para desarrollar diferentes actividades, entre ellas el turismo que es la base de una sociedad ya sea desde el punto de vista natural o cultural, por lo tanto las expresiones artísticas son un aporte al desarrollo cultural”. Finalmente, “Las costumbres y tradiciones

indígenas han aportado al turismo en poca cantidad hacia la parroquia, ya que es poco conocida debido a la falta de publicidad por parte de las autoridades.

Bajo este contexto, es primordial manifestar el verdadero valor que tienen tanto los recursos naturales como culturales para fomentar el turismo comunitario en esta parroquia con el afán de incrementar ingresos económicos, conllevando esto a mejorar sus pobladores, aunque hoy en día especialmente en jóvenes se ha visto un cambio negativo en cuanto a la conservación de su vestimenta e idioma, ya que actualmente con el transcurso del tiempo se ha ido perdiendo la cultura y tradición de este sitio; siendo esto resultado de la aculturación debido a que principalmente miles de Salasakas viven en las Islas Galápagos por diferentes motivos y al retornar vienen con costumbres propias de allá implantándolas en esta Parroquia. (Cazau, 2011)

Otro antecedente investigativo de Navarrete Criollo (2013) con el tema; **La información turística y su aporte al turismo cultural en la parroquia Salasaka, cantón Pelileo, provincia de Tungurahua**, en el cual:

- La aportación del turismo en la parroquia Salasaka es de carácter promedio.
- Los proyectos que se han diseñado en la parroquia Salasaka se enfocarían al turismo como se ha esperado.
- La información turística que posee la parroquia Salasaka no es bastante para el enfoque que se necesita para que se interesen los turistas.
- La totalidad de los encuestados se encuentran deseosos por ser partícipes de un centro de interpretación turístico natural y cultural en la parroquia Salasaka.

Las autoridades se preocupan fortalecer el turismo, que posee un gran potencial turístico, debido a que es una de las poblaciones indígenas más características del centro del país, pero desgraciadamente no se ha aprovechado al máximo el potencial que posee el resultado no se desarrolló un turismo predominante. (Donaire G. , 2014)

Según Velastigui (2014) evidentemente, los recursos naturales constituyen la base fundamental para que surja el turismo comunitario, singular que es escaso en la parroquia Salasaka, ya que no cuenta con cascadas, bosques, playas, cuevas, etc. Sin embargo posee

los denominados “lugares sagrados”, de historia milenaria, donde los Salasakas realizan sus ceremonias rituales pidiendo sus deseos de ser buenos artesanos, músicos, agricultores, entre otros, convirtiéndose estos en realidad; a más de poseer su cultura y tradición autóctona viva, aspectos que hoy por hoy han hecho que este pueblo sea reconocido a nivel nacional e internacional, además ha servido como arma para que nacionales y extranjeros los visiten ocasionando esto el ingreso de divisas a la parroquia.

3.2 Fundamentos Filosóficos

El Fundamento Filosófico es un esquema básico de interpretación de la realidad, que incluye supuestos teóricos generales, leyes, modelos, métodos y técnicas que son adoptados por una comunidad de científicos” Tomando en cuenta dicho concepto, la presente investigación se orienta en un paradigma naturalista, debido a que los resultados emitidos son producto de todo un proceso e interacción entre el investigador y los sujetos investigados, es decir, de los gestores turísticos de la parroquia Salasaka, con el fin de mejorar sus condiciones de vida. (Kunh, 2014)

Por consiguiente, la investigación tiene un enfoque cualitativo - cuantitativo, ya que a más de describir las cualidades del argumento se examina los datos de manera numérica resultando así la mayoría que se proporcionan.

3.3 Fundamentos Legal

El presente trabajo investigativo se apoya jurídicamente en la Constitución de la República del Ecuador con el régimen oficial No. 449 con fecha 10 de Octubre del 2009, en donde el Art. 57 menciona que:

Se reconoce y garantizará a las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Defender, desarrollar y fortalecer libremente sus identidades culturales, sentidas de pertenencia, tradicionales y formas de organización social.
12. Conservar, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos sus ciencias y saberes ancestrales, sus recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y prácticas de medicinas tradicionales, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados.
13. Proteger, recuperar, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. (Asamblea Nacional de, 2017, pág. 10)

Título 3: Derechos

Capítulo 4: Derechos de las Comunidades Pueblos y Nacionalidades

Art. 62.- El derecho de la comunidad del pueblo y nacionalidades es una cultura y es un patrimonio del pueblo y constitución esencial de su identidad cultural. El estado originará y estimulara la cultura, la creación, la formación artística y la investigación. Constituirá políticas permanentes para la conservación, restauración, protección y respeto del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza, histórica, lingüística y arqueológica de la naciones, así como del conjunto de valores y manifestaciones diversas que configuran la identidad nacional, pluricultural y multiétnica. El estado impulsara la interculturalidad, inspiradas a sus políticas e integrar a sus establecimientos. (Asamblea, 2013, pág. 12)

Capítulo 5: Los Derechos Colectivos

Sección Primera.- De los Pueblos Indígenas y Negros o Afro Ecuatorianos

Art. 84.-El estado examinará y garantizara a los pueblos indígenas, de conformidad con esta constitución y la ley del respeto al orden público y los derechos humanos los siguientes derechos colectivos son:

7. Se conservar y desarrollar sus formas tradicionales de convivencia y organización social que generan las autoridades. (Asamblea Nacional E. , 2012)

Titulo 6: Régimen de Desarrollo

Capítulo No.- 1

Art. 275.- El régimen es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio- cultural que garantizaran la realización del buen vivir del sumak kawsay.

7: Preservar y promover la diversidad culturales que representan sus espacios de reproducción e intercambio de recuperar, preservar el patrimonio cultural. (Asamblea Nacional, 2014, págs. 90-91)

Titulo 7: Régimen de Buen Vivir

Capítulo 1: Sección Primera

Art 343.- El sistema nacional de educación asumirá como finalidad el desarrollo de capacidad y potencialidades individuales y colectivas de la población, que viabilizan el aprendizaje, y la generación de conocimientos, técnicas de saberes sus artes y culturas. El método tendrá como centro al sujeto que aprende, y funcionara de manera y dinámica, incluyente, eficaz y eficiente. (Ecuador, 2011, pág. 108)

Sección5 : Culturales

Art 377.- Lanacional cultural tiene como finalidad fortalecer la identidad proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales incentivarla libres creación artística y la producción de bienes y servicios culturales que salvaguardar la memoria social del patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales del pueblo.(Ecuador, 2011, pág. 116)

Entonces que la Constitución de la República del Ecuador, es el plan Nacional del Buen Vivir, la ley del turismo, el régimen impositivo basados jurídicas en las cuales se fundamentan el presente investigativo.

3.3 Categorías Fundamentales

El fundamental legal para el proyecto se basan en las disposiciones vigentes para el turismo en general, es decir mantener la propuesta en el marco rural, consecuentemente, la alternativa que se genera en este estudio estaría basada en la “ley de Turismo”.

3.4 Marco Conceptual Variable Independiente: Impacto socio – económico.

Impacto socio- económico: Según Robbins (2011) la economía es la ciencia que estudia la conducta humana como una relación entre fines y medios escasos que tienen usos alternativos. Obsérvese cómo se traslada aquí el énfasis hacia el proceso de elección y como desaparece por completo toda referencia a los procesos productivos o los bienes materiales.

En palabras de Marshall (2017) hace cien años propuso una definición que expresaba bien esta perspectiva: “La ciencia económica examina aquella parte de la acción social e individual que está más estrechamente ligada al logro y empleo de los requisitos materiales del bienestar”. Característico de este enfoque es la separación entre lo material y lo no material, así como el énfasis puesto en los aspectos productivos; la idea de que existe una acción social, por otra parte, tiende a oscurecer el proceso de elección racional que es base del pensamiento económico moderno.

Aplicada al turismo las ciencias económicas se encuentran en cada una de las actividades empresariales que incluyen aspectos sociales, recreativos, deportivos y culturales. El turismo es considerado como una industria valorada por su capacidad de generar empleos y estimular el desarrollo de una región o país. Los atractivos naturales, la riqueza cultural y la hospitalidad ubican al Ecuador entre uno de los mejores destinos turísticos de mundo, lo

demuestra la diversidad de ofertas turísticas como la expansión del turismo rural, circuitos de aventura, city tours entre otros atractivos.

Economía Turística: Según Cabanilla E (2015) es considerada como una crítica ecológica a la economía convencional. Se trata de un nuevo enfoque sobre las interacciones dinámicas entre los sistemas económicos y el total del conjunto del sistema físico y social. Hace de la discusión de la equidad, la distribución, la ética y los procesos culturales un elemento central para la comprensión del problema de la sustentabilidad. Es por lo tanto una visión sistemática y transdisciplinaria que trasciende el actual paradigma económico.

El turismo es una actividad económica que ha experimentado un fuerte crecimiento mundial, construyendo al bienestar de muchas regiones y países. A pesar de ello, la sistematización del objetivo de estudio desde los principios de los análisis económicos es relativamente reciente, debido a las dificultades, que representa en la economía del turismo como impacto sobre el medio físico y social. Es decir sostiene que las actividades económicas turísticas comprende el conjunto de iniciativas que suministran los bienes y servicios consumidores por los turistas. (Vargas, 2012)

Según Rodríguez (2012) se entiende como la actividad esencial del turismo, que se toma como primordial para la vida del hombre debido a sus efectos directos sobre los sectores sociales culturales y educativos de las naciones unidas al igual que sus relaciones internacionales, también es identificar los principales elementos propios para estimular su desarrollo en el porvenir y examinar los resultados de las actividades turísticas haciendo comparaciones con los otros sectores de la economía, tanto en los países industrializados como en los países desarrollados.

En la actualidad el gobierno Ecuatoriano señaló por estimular el turismo como sector básico y estratégico del desarrollo económico nacional dado que ayuda sustancialmente a mejorar el ingreso de divisas, reducir el déficit y sobre todo que genera nuevos empleos. Se ha declarado el turismo como un eje político del estado y plantea la fórmula política integral dentro del turismo comunitario de la parroquia Salasaka. (Pearce, 2011)

Según Cepal (2011) la perspectiva de la economía turística parte de la economía se integra al sistema natural, es decir, el conocimiento administrativo es un subsistema de supra sistema medio desde la perspectiva ecológica, proponiendo profundos estudios y entendimiento de la necesidades de cambios en el subsistema socioeconómico, proponiendo la disminución drástica de la contaminación, la utilización de tecnologías limpias, un cambio profundo de las formas actuales de vida, asimismo, es una forma de economía que:

- Usan los recursos renovables con un ritmo que no exceda su tasa de renovación.
- Usa los recursos no renovables con renovables con un ritmo no superior al de su sustitución por recursos renovables.
- Con la diversidades biológica silvestre y agrícola.
- Genera residuos en cantidad tal que puedan ser asimilables por el ecosistema y puedan ser reciclados.
- Requiere ser politizada, ya que los límites ecológicos a la economía estarían sujetos a debates científicos, políticos y democráticos.
- Trata a los ecosistemas completos incluyendo a las personas, plantas y animales.
- Sus objetivos es la sostenibilidad del sistema ecológico- económico.
- Es prudentemente escéptica frente a los avances técnicos.
- Requiere de la interdisciplinariedad.
- Su campo de acción es global y a largo plazo.

Sin embargo la diferencia en esencia respecto de la economía ambiental y más aun con la clásica, es que la economía ecológica basa sus decisiones en análisis de las ciencias naturales, es decir en la físico-química, la biológica, por ellos las decisiones de mercado deben limitarse por las leyes naturales y entienden al hombre como parte de la vida humana en sociedad basada en una teoría del homo ambiental.

En palabras de Mankiw (2017) la economía clásica se basa en la circulación de dinero, desde la óptica de que todo puede estar en el mercado y que la naturaleza abastece en forma ilimitada y casi sin costo alguno a los propietarios de los medios de transformación. La economía ecológica observa al planeta como un sistema abierto, o incluso como un ente

vivo que necesita mantener su salud y los gérmenes patógenos que somos los hombres, los que la enfermamos, por ellos mantener el equilibrio en el sistema o en el planeta depende de la entropía y la entalpia, es decir, el desprendimiento de energía molecular o atómica, o incluso la absorción de organismos sin vida a la emisión de organismos vivos, el mantener el equilibrio para no llegar al caos, más aun de los tiempos de recuperación.

La economía entiende que solo funciona este subsistema artificial si respeta el funcionamiento del sistema global- planeta tierra, ello para el abastecimiento de material y energía, pero más importante que esto, es la disposición de los residuos de manera contaminante considera. (Moreno Cornejo, 2011)

La economía parte de la premisa de que el hombre está ligado y depende del megacomplejo ecosistema y por ende, la economía se liga a su viabilidad, a la capacidad para acomodarse a las condiciones estructurales y funcionales de la biosferas. La comprensión de la problemática ambiental ha llevado a definir muchas áreas del conocimiento humano, desde la ingeniería, ciencias culturales, ciencias biológicas, lo cual nos pone en una reestructuración de las relaciones internacionales, y una progresiva integración entre economía y ecológica, concretada en la nueva síntesis teórica y aplicada expresada por la economía ecológica.

Impacto Económico.- El turismo ha sido presentado tradicionalmente como un eficiente motor del desarrollo económico, capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras, impulsar otras actividades productivas, revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pagos nacionales. Antes de la década de 1970, asumidas estas premisas y con el turismo internacional de masas recién estrenado, pocos investigadores se habían parado a estudiar los costes económicos que suponía para las sociedades anfitrionas esta actividad. Así, es cierto que el turismo genera empleo, pero en muchas ocasiones para la población local es un empleo estacional y poco cualificado. ‘

Impacto Socio cultural: Según Muñoz Izquierdo (2014) el turismo puede tener beneficios positivos al permitir la interrelación entre culturas diferentes. No obstante, los impactos socioculturales detectados suelen ser negativos para la sociedad anfitriona. Uno de los aspectos más destacados es la tendencia a acelerar cambios culturales que despojan de su significado a los elementos culturales.

Así, es cierto que el turismo genera empleo, pero en muchas ocasiones para la población local es un empleo estacional y poco cualificado. Además, suele tratarse de un empleo inestable. (Boncheva , 2012)

El estudio de la economía, la cual se fundamenta en tres nociones básicas de la biofísica que son:

1. El reconocimiento de la verdad expresada en la primera ley de la Termodinámica (la materia y la energía no se crean ni se destruyen, sino que solo se transforma). Lo expresado en esta ley sirvió para justificar una visión mecánica de la económica en la que no se agotan los recursos. Contrariamente, la realidad echa abajo la noción de externalidades ambientales- entendidas como algo ocasional ya que resulta evidente, de acuerdo con la citada ley, que la generación de residuos es algo propio e inherente a los procesos productivos y de consumo. (Reyes Avila, 2012)
2. Desde el punto de vista, lo que confiere valor económico a la materia, la energía a la materia no disponible, al que debemos considerar como residuo en un sentido termodinámico. (Solá Fayos, 2013)
3. La tercera noción tiene dos vertientes.
 - a) La imposibilidad de generar más residuos de los que puede tolerar la capacidad de asimilación de los ecosistemas.
 - b) La imposibilidad de extraer de los sistemas biológicos más de lo que se pueda considerar como un rendimiento sostenible (renovable), ya que de lo contrario, terminaríamos con ellos, e indirectamente, con la vida humana.

La palabra de Gascón Cañada (2016) el conocimiento profundo de las funciones y estructuras de los ecosistemas, marca los límites físicos y conceptuales, a los que debe

ajustarse la actividad humana y por lo tanto la economía, no tiene que ignorar o tratar de ocultar información sobre su crisis ya que la tardanza conlleva micro ecológica antes que analizar los mercados, las preferencias del público o medir las posibles ganancias, se derroca este paradigma crematístico y parte de un análisis sistémico de las consecuencias biológicas de las reacciones fisco- químicas y las repercusiones sobre la sostenibilidad de emplear un recurso natural, por ende, la óptica, método de estudio, análisis, valoraciones y determinaciones se perfilan por diferentes caminos a los de la economía de los recursos naturales, existiendo una comunicación entre esas ciencias naturales.

Impactos Socio- Económico: De acuerdo Cabarcos Novás (2016) el turismo puede tener beneficios positivos al permitir la interrelación entre culturas diferentes. Es decir no obstante, los impactos socioculturales detectados suelen ser negativos para la sociedad anfitriona. Uno de los aspectos más destacados es la tendencia a acelerar cambios culturales que despojan de su significado, es la tendencia a acelerar cambios culturales que despojan de su significado a los elementos culturales para dejarlos solo en lo epifenómeno.

El turismo crea directa e indirectamente un crecimiento de la actividad económica en los lugares visitados principalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producir. En este análisis económico del turismo, debe llevarse entre la contribución económica del turismo que se refiere del turismo y el impacto económico es decir es un concepto mucho más desarrollado que encapsula los efectos directos, indirecto del turismo y que debe ser apreciado mediante la aplicación de los modelos. (Orgaz Agüera, 2013)

3.4 Marco Conceptual Variable Dependiente: Turismo en la parroquia Salasaka

Turismo

En palabras de la Organización Mundial de Turismo(2018)el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.

El turismo es entendido como una actividades de personas que se desplazan de su lugar habitual de residencia durante un período menor de un año por motivos de recreación, negocios, salud, religión, estudio o deportes, sin incluir a aquellas personas que se desplazan más por razones forzosas que por voluntad propia.

De esta manera, hay que entender que turismo es cuantas personas de diferentes partes del mundo visitan un lugar con un tiempo de estadía menores a un año. Además el turismo puede ser estudiado desde muchos puntos de vista; normalmente se le analiza desde enfoques económicos, sociológicos, de negocios y geográficos.

El turismo es el estudio del hombre que responde a sus necesidades habituales, e impacto que tanto tenía sobre el ambiente físico, económico y sociocultural de los residentes.

Según Toala (2014) el turismo es un fenómeno social más complejo, indudablemente que no en toda persona que concurren estos factores se produce la decisión de viajar como turistas y faltando algunos de ellos se puede verificar los viajes turísticos.

Tipos de Turismo

Según Morales Morgado (2016) toma en cuenta el aspecto cultural tal y como se caracteriza la población de estudio del presente proyecto, existen diversos tipos de turismo que incorporan los aspectos culturales.

Turismo Comunitario

Este tipo de turismo se caracteriza principalmente por el liderazgo que asume la comunidad local en la propuesta de atractivos turísticos. Este liderazgo se traduce en la propia comunidad la que planifica o programa el tipo y forma de las actividades turísticas, es quien presta los servicios y quien recibe los beneficios que se generan.

El turismo comunitario es una actividad económica realizada por los miembros de las comunidades mediante la cual se genera fuentes de empleo y por ende ingreso de divisas.

Turismo Indígena o Etnoturismo

El etnoturismo son los viajes relacionados con los pueblos indígenas y su hábitat, con el fin de aprender de su cultura y tradiciones. Es decir es específicamente aquel turismo que practican las comunidades indígenas con la finalidad de que los turistas nacionales e internacionales conozcan sus saberes ancestrales, costumbres y tradiciones.

Turismo Urbano

Se realiza en la ciudad sobre el modelo de vida urbano y comprende todas aquellas actividades que realizan los turistas y visitantes durante su estancia en la ciudad, ya sean culturales, recreativas o profesionales. Es aquel tipo de turismo que se realiza principalmente en las ciudades para conocer los diferentes atractivos turísticos y el modo de vida.

Turismo Rural

En palabras de la Organización Mundial de Turismo citado por Ramirez (2011) la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido. El rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local. Comprende todas las actividades turísticas ejecutadas en las zonas rurales de un determinado país, además el turista recibe una atención personalizada en todos los productos demandados.

Agroturismo

Según Monreal González (2012) el agro ecoturismo, es aquel que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos. El producto es un papel importante, ya que los turistas se interesan por conocer los procesos de producción que se ofertan en dicha localidad, este tipo de turismo el principal fundamental es el cuidado del medio ambiente, con el objetivo de que los turistas disfruten de los atractivos turísticos que ofrece la parroquia Salasaka.

Turismo ecológico o Ecoturismo

Según Tisdell (2015) es una modalidad de turismo debidamente planificada, en donde los visitantes disfrutan de la naturaleza y de los valores culturales, en contacto directo con el medio ambiente, evitando afectarlo o dañarlo, a través de la aplicación de normas y reglas, en donde hay una participación activa y de primer orden de los grupos sociales locales, generando beneficios económicos para los comunitarios y para las agencias públicas o privadas que manejen los espacios dedicados a esta actividad.

Turismo Patrimonial

El turismo cultural, como sinónimo del turismo patrimonial es el movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación. La cultura, tradición, arte, folklore y los diversos monumentos son riquezas patrimoniales por los cuales los visitantes llegan a un determinado lugar.(Fernandez, 2014)

Producto Turístico

De acuerdo López Valladares (2015) conceptualizamos el producto turístico desde los siguientes aspectos:

- **Intangibilidad.-** En cuanto a servicio tiene una parte importante de elementos intangibles, pero también posee partes tangibles.
- **Caducidad.-** Los productos turísticos no son almacenables, por lo que o se consumen en el momento programado o se pierden.
- **Agregabilidad.-** El producto turístico se puede formar de la agregación de varios productos, lo cual dificulta su comercialización como en el control de la calidad.
- **Heterogeneidad.-** Como se ha comentado, la agregabilidad supone una dificultad de controlar que todas las fases estén a un mismo nivel de excelencia, es más, un fallo en un aspecto puede afectar a todo el producto.
- **Simultaneidad de producción y consumo.** Mientras que los productos en general, son fabricados, comprados y posteriormente consumidos, los productos turísticos, son primero, comprados, y en segundo lugar son producidos y consumidos simultáneamente.

En opinión de la OMT (1999) citado por Malaga (2016) el producto turístico determina, en parte: Los tipos de mercado turístico que pueden atraerse y debe por tanto buscarse la forma conveniente para satisfacer las expectativas de los consumidores. El producto turístico, sin embargo, no debe tratar de adecuarse a sus mercados hasta el punto de crear problemas ambientales o sociales locales. Por lo tanto, un concepto clave para desarrollar con éxito un sector turístico en una zona determinada es la adecuación entre mercados y productos turísticos. Por supuesto, esta adecuación debe lograrse en el marco de un desarrollo equilibrado y sostenible que eleve al máximo los beneficios para la comunidad. El producto turístico es una variedad de atractivos y de servicios turísticos que se ofertan durante la visita de un determinado lugar.

Turismo Sostenibilidad

Según Maldonado C (2011) el turismo reconoce obtener ingresos económicos mediante la participación consensuada de los miembros de la comunidad de Salasaka en las diferentes actividades que se oferta a los turistas dividiendo equitativo los beneficios generados. El

objetivo del turismo comunitario es preservar la identidad étnica, la valoración y la transmisión del patrimonio cultural en todas sus formas, ya que las culturas autóctonas son portadoras de valores, historia e identidad.

El tipo de turismo permite obtener ingresos económicos mediante la participación de los miembros de la comunidad en las diferentes actividades que se oferta a los turistas, dividiendo equitativamente los beneficios generados por la práctica de la misma.

En relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.

La conservación de los recursos naturales y culturales de la parroquia Salasaka.

Esto debido a que si una población practica el turismo comunitario siempre va a utilizar todo lo que posee, es decir, sus recursos naturales así como también culturales y si les resulta beneficioso, obviamente las personas que habitan en tal lugar van a conservar los mismos sabiendo que son su fuente de ingreso económico.

Beneficio económico

Se considera el más importante, ya que al dedicarse a esta actividad todos los habitantes se ven beneficiados económicamente porque esto genera fuentes de empleo, por ende aumento en sus ingresos económicos.

Enriquecimiento de saberes

La ventaja del turismo comunitario es para las dos partes, tanto para el turista como para el anfitrión, debido a que aprenden y comparten experiencias sobre las costumbres y tradiciones propias de cada uno.

El deterioro de los lugares sagrados

Los sitios sagrados para los pueblos indígenas, de acuerdo con su cosmovisión, pueden comprender y encontrarse en todos los elementos: agua, tierra, aire, fuego y abarcar toda la biodiversidad, accidentes naturales y minerales que se encuentran ubicados en un territorio determinado, así como los objetos y entidades celestes. Están referidos al campo de las representaciones simbólicas de imaginarios, y relacionados con sistemas de valores, creencias, significados y significaciones, como lo manifiesta. (Petrio, 2017)

Los lugares sagrados son de gran importancia y significado para nuestros pueblos y nacionalidades indígenas del país que sirven de atractivo turístico, sin embargo lamentablemente al aumentar la actividad del turismo comunitario podrían verse afectados y deteriorarse con el pasar del tiempo, al igual que el hábitat que puede degradarse.

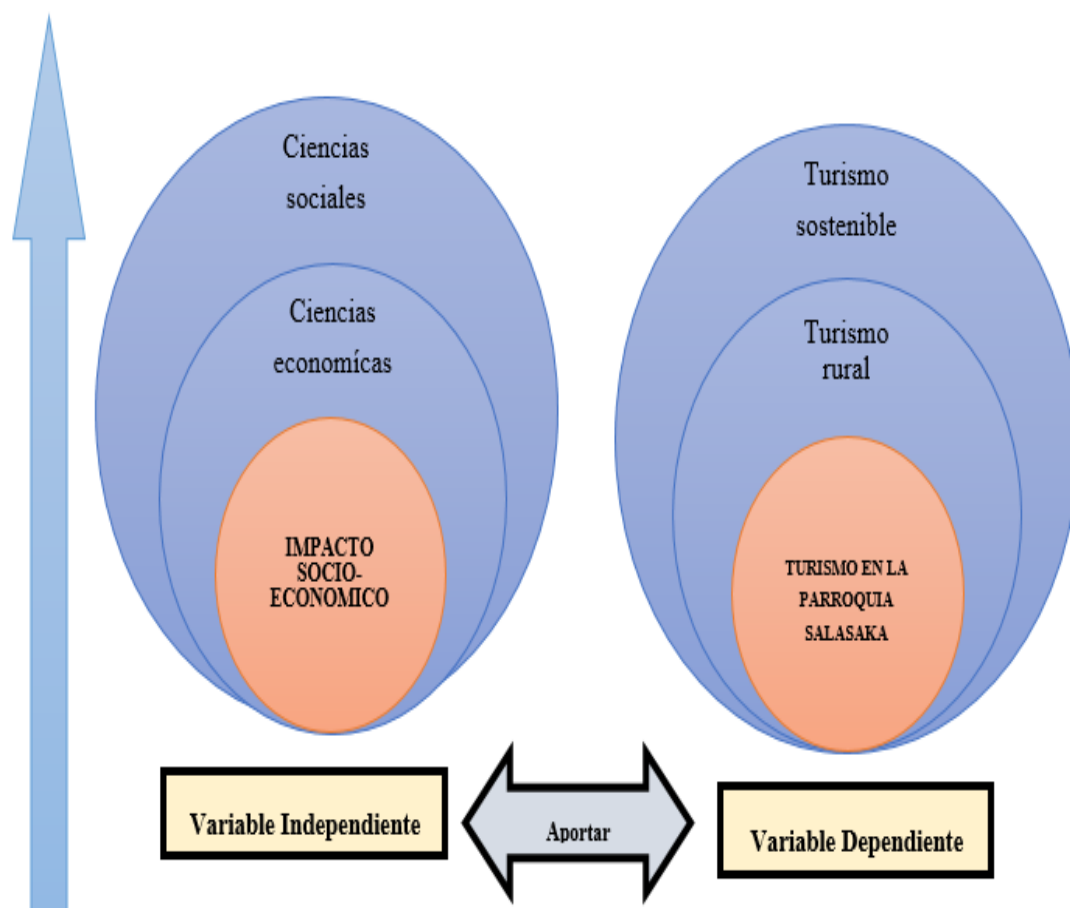
Calidad de

Según Bayona Ferro (2013) la calidad de vida es un término multidimensional que tiene como fin de satisfacción de las necesidades de los seres humanos y conseguir una vida decente, además representa tener buenas condiciones de vida y un alto valor de bienestar.

Dentro de calidad de vida hace referencia a diversos aspectos que se articulan en tres dimensiones que son:

- **Materiales.-** Son los físicos biológicos, económicos.
- **Psicológicos.-** Son las satisfacción, bienestar, felicidad.
- **Socioculturales.-** Son las participación democrática, educación, cultural.

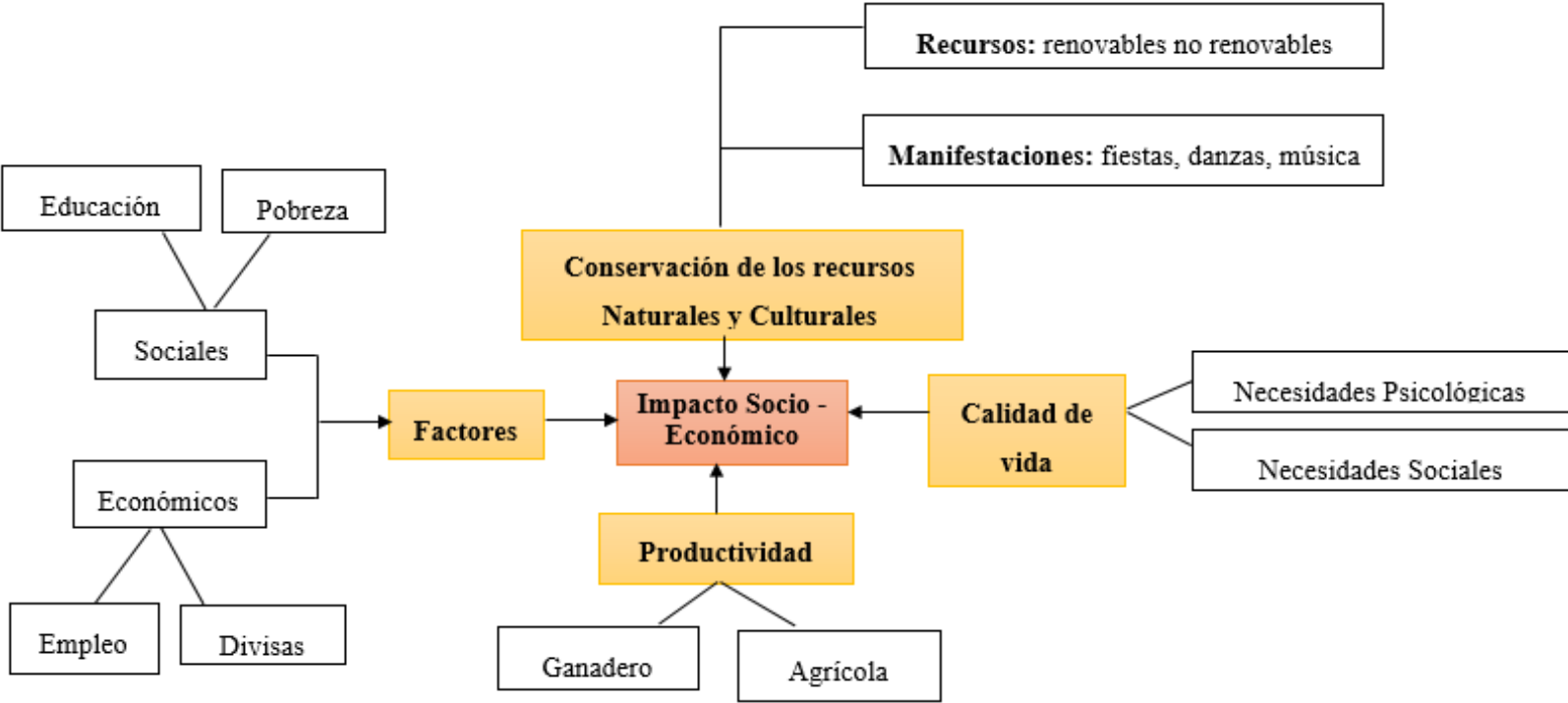
Gráfico 2: De Inclusión: Superordinados Conceptuales y Sub- Ordinación Conceptual



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Gráfico 3: Variable Independiente:

Impacto socio –económico

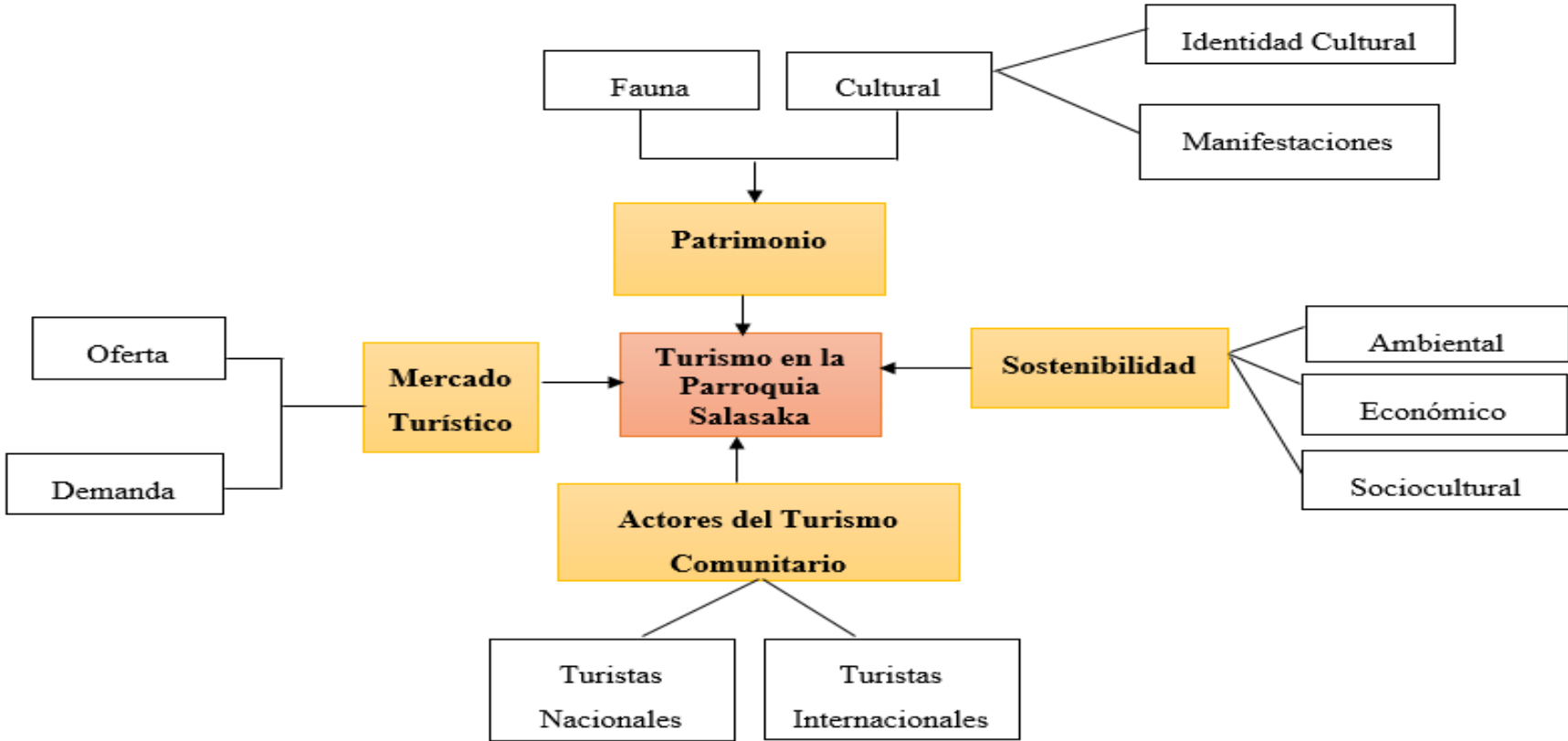


Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Investigación del campo

Gráfico 4: Variable Dependiente:

Turismo en la Parroquia Salasaka.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Investigación del campo

3.5 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

El impacto socio- económico influyen directamente del Turismo en la parroquia Salasaka, cantón Pelileo.

3.5 Señalamiento de variables

3.6.1 Variable Independiente

Impacto socio –económico

3.6.2 Variable Dependiente

Turismo en la parroquia Salasaka

4 METODOLOGÍA

4.1 Enfoque de la investigación

El presente trabajo investigativo tiene un enfoque Cuantitativo - Cualitativa en donde aplicaría una encuesta a una muestra de turistas nacionales e extranjeros. Por consiguiente, es notorio que la investigación es mayormente cualitativa, ya que el estudio se realizará en el lugar de los hechos, es decir, una indagación de campo, teniendo contacto directo con la población involucrada con el turismo y los gestores turísticos conociendo si es favorable o esta actividad en la parroquia Salasaka, de igual manera se utiliza algunas herramientas para la recolección de datos e información como la encuesta y principalmente la observación para conocer la realidad de la localidad.

4.2 Modalidad Básica de la Investigación

Las modalidades de investigación que se utilizan para la realización del presente trabajo, fundamentalmente son: Los Métodos empíricos, Observación científica, Encuesta, Análisis de documentos y Métodos estadísticos

4.3 Métodos empíricos

Los métodos empírica conllevan al investigador a una serie de procedimientos prácticos con el objeto y los medios de investigación que permiten revelar las características fundamentales y relaciones esenciales del objeto; que son accesibles a la contemplación sensorial. También permite al investigador hacer una serie de referente a su problema del impacto socio- económico del turismo, retomando experiencia, que conlleva efectuar el análisis preliminar de la información, así como verificar y comprobar las concepciones teóricas.

4.4 Observación científica

Para constituir la explicación de los hechos económicos y sociales mediante relaciones de causa y efecto es necesario realizar una investigación explicativa con una hipótesis que establece la relación de casualidad. Se utiliza la investigación retrospectiva debido a que se orienta y se forma en base a datos tomados de hechos ya ocurridos, toda la información y la base de datos de las variables.

4.5 Encuesta

La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. En la encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado les previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de los que colaboran en la investigación.

La encuesta, una vez confeccionado el cuestionario, no requiere de personal calificado a la hora de hacerla llegar al encuestado. A diferencia de la entrevista la encuesta cuenta con una estructura lógica, rígida, que permanece inalterada a lo largo de todo el proceso investigativo. Las respuestas se escogen de modo especial y se determinan del mismo modo las posibles variantes de respuestas estándares, lo que facilita la evaluación de los resultados por métodos estadísticos.

4.6 Análisis de documentos

Es una técnica de recopilación de información destinada a obtener información mediante el estudio de documentos.

El análisis de documentos es la base de la investigación histórica y el fundamento de toda investigación que pretenda estar incluida en la realidad del momento en que se desarrolla.

4.7 Métodos estadísticos

Es una ciencia que estudia la recolección, análisis e interpretación de datos, ya sea para ayudar en la resolución de la toma de decisiones o para explicar condiciones regulares o irregulares de algún fenómeno o estudio aplicado, de ocurrencia en forma aleatoria o condicional. Sin embargo, la estadística es más que eso, en otras palabras es el vehículo que permite llevar a cabo el proceso relacionado con la investigación científica.

4.7.1 Población y muestra

4.7.2 Población

La población o universo es un grupo de personas o cosas similares en uno o varios aspectos, que forman parte del objeto de estudio.

Para la población debe establecer la corriente turistas vinculada a este presente trabajo investigativo, que se toma en cuenta el número de turistas nacionales e extranjeros que visitaron la parroquia Salasaka, con una población finita será aquella dimensionada bajo la consideración que se capta alrededor del flujo turísticos extranjeros. Por lo tanto, se estimara anualmente un promedio total de 10,754 de visitantes durante el año 2017.

Durante el estudio utilizado una cadena económica productiva está conformado por los propietarios que ofertan a los gestores turísticos en la parroquia Salasaka, se estima anualmente un promedio total de 112 propietarios quienes son los actores principales.

4.7.3 Muestra

De la misma manera se realizaría el muestreo de aleatoria simple para la dicha investigación es decir para el cálculo de la muestra se tomaría en cuenta el número de turistas nacionales y extranjeros que visitaron la parroquia Salasaka durante el año 2017. Según fuente (La asociación de la feria artesanal salasaka, 2016), en ese año hubo 10.754 visitantes.

Por consiguiente se aplicaría la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N-1)E^2 + z^2pq}$$

En dónde:

N= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza(1,96)

P= Probabilidad de ocurrencia 0,5

Q= Probabilidad de no ocurrencia 0,5

N= Población10,754

E= Error de muestreo (0,05)

Entonces:

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N-1)E^2 + z^2pq}$$
$$n = \frac{(10574) (1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(10574 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$
$$n = \frac{(10574) (3,84) (0,25)}{(10574 - 1)(0,0025) + (3,84)(0,25)}$$
$$n = \frac{(10574) (3,84) (0,25)}{(10573,00)(0,0025) + (0,96)}$$
$$n = \frac{1015104}{264421}$$
$$n = 370$$

De la misma manera realizaría el muestreo de aleatoria simple para la dicha investigación es decir la muestra utilizado una cadena económica productiva está conformado por los propietarios que ofertan a los gestores turísticos en la parroquia Salasaka, que estima anualmente un promedio total de 112 Propietarios. Según (Gobierno parroquial Salasaka., 2017)

Por consiguiente se aplicaría la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N-1)E^2 + z^2pq}$$

Dónde:

N= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza(**1,96**)

P= Probabilidad de ocurrencia**0,5**

Q= Probabilidad de no ocurrencia **0,5**

N= Población**112**

E= Error de muestreo (**0,05**)

Entonces:

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N - 1)E^2 + z^2pq}$$
$$n = \frac{(112) (1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(112 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$
$$n = \frac{(112) (3,84) (0,25)}{(111)(0,0025) + (3,84)(0,25)}$$
$$n = \frac{(112) (3,84) (0,25)}{(0,27) + (0,96)}$$
$$n = \frac{107,52}{1,23}$$
$$n = 87$$

4.7.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

Tabla 1: Variable Independiente: Impacto socio- económico

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES BÁSICOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
<p>Impacto Socio-Económico: Considerado como una de las actividades económicas más dinámicas y de rápido crecimiento, es un fenómeno característico e irreversible es decir es un proceso de crecimientos y cambio estructural que mediante la utilización de potencial existente en el territorio conduce la mejor del bienestar de la parroquia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Calidad de vida ▪ Actividades ▪ Mejorar de las condiciones de vida actuales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bienestar Social ▪ Producción agrícola ▪ Producción Ganadera ▪ Empleo ▪ Divisas 	<p>¿El turismo es una fuente de ingresos para los habitantes de la Parroquia Salasaka?</p> <p>¿La producción agrícola del sector influye en la economía?</p> <p>¿La generación de empleo ayuda a mejorar la condición de vida de la parroquia Salasaka?</p>	<p>Encuestas. Cuestionario estructura para levantar datos</p> <p>Ficha de observación</p> <p>Encuestas. Cuestionario estructura para levantar datos</p>

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Tabla 2: Variable Dependiente: Turismo en la parroquia Salasaka.

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS INSTRUMENTOS
<p>Turismo en la Parroquia Salasaka: Turismo se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relaciones interculturales ▪ Valores de patrimonio cultural ▪ Distribuciónn equitativa de los beneficios 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Convivencias entre visitantes y la comunidad. ▪ Condiciones ambiental ▪ Mejoras del estilo de vida. 	<p>¿Qué beneficio considerada que es más significativo obtener con la aplicación del turismo comunitario de la parroquia Salasaka?</p> <p>¿Existe bienestar social de los gestores turísticos de la Parroquia Salasaka?</p> <p>¿Cree usted que para mejorar la calidad de vida es necesaria la aplicación de un plan de promoción turístico para la parroquia Salasaka?</p>	<p>Encuestas</p> <p>Encuestas.</p> <p>Encuestas.</p>

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE

5.1 Análisis de Resultados

5.2 Análisis del sector turístico de la parroquia Salasaka.

Durante la investigación del Telegrafo (2018) la Asamblea Nacional se declaró a este pueblo ubicado en Pelileo, como Patrimonio Cultural Intangible del Ecuador del pueblo Salasaka, una de las etnias indígenas asentadas en Tungurahua.

En el sector turístico de la parroquia Salasaka es un procedimiento de indagación, donde el investigador modificando el entorno del proceso de la investigación, que se planea un sin número de preguntas seleccionando las más importantes y el objeto es el estudio dirigidas a una muestra representativa mediante el cuestionario estructurado del turismo. (Acosta Solís, 2013)

El trabajo investigativo es la técnica utilizada para la recolección de información de una encuesta con un cuestionario que contiene diez preguntas, con el fin de conocer el criterio de quienes practican el impacto socio-económico del turismo en la Parroquia Salasaka, es decir los turistas acerca de ingreso que les concibe esta actividad, son los beneficios que adquieren del mismo, y las condiciones de la infraestructura turística de la localidad, como es su calidad de vida con los ingresos extras que producen este empleo, la actividad más ofrendada de su paquete turístico, en base a ello establecen en consideraciones decir es más importante el diseño de un plan de promoción turística que puede mejorar sus ingresos económicos, que es el principal problema que tiene la parroquia.(Ashworth, 2014)

La primera he permitido conocer importantes aspectos que toma en cuenta de turistas nacionales e extranjeros que visitaron la parroquia Salasaka durante el año 2017, mientras que la segunda ha destacado del muestra utilizado en una cadena económica productiva que está conformado por los propietarios que ofertan a los gestores turísticos en la

parroquia Salasaka, que estima anualmente un promedio total de 112 propietarios. Los resultados obtenidos con la aplicación de las muestras determinadas para cada caso, son analizados a continuación.

Para obtener una información del tema de investigación, durante la ejecución de la encuesta se ha aplicado un total de 370 personas de género masculino y femenino a partir de los 20 años hasta 66 años de edad. Son los turistas que son capaz de tomar sus propias decisiones y son responsables de sus propios actos. Para mejorar comprensión se procede a ilustrar los resultados obtenidos de las encuestas a través de los gráficos estadísticos planteados en cada pregunta una vez realizada la tabulación.

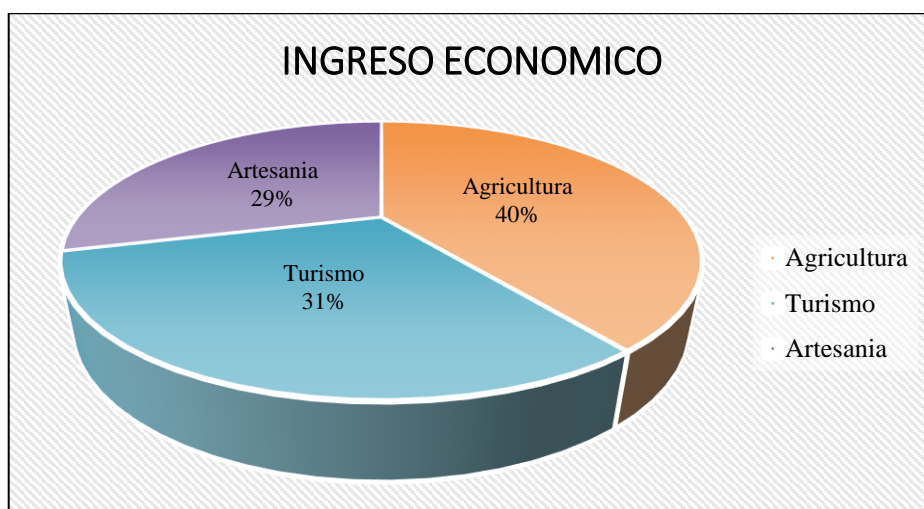
En esta última población reside un importante número de persona de la etnia de Salasaka que principalmente se dedica a la elaboración de artesanías.

5.2.1 Medición de impacto socioeconómico del turismo de la parroquia Salasaka

Desde el punto de vista el impacto socio-económico del turismo en la Parroquia Salasaka se ha visto afectada por la falta de oportunidades de empleo y por ende bajos niveles de ingresos de los gestores turísticos, oriundos de esta Parroquia, provocando la pérdida de identidad cultural de esta etnia indígena Tungurahuense; ya que, como ha ocurrido en épocas pasadas varios Salasakas migraron a diferentes países del mundo, en busca de mejorar su nivel de vida, lo que ha desembocado, en una limitada comunicación y transmisión de saberes de padres a hijos; mismos que han crecido con el desconocimiento del idioma, vestimenta, leyendas, entre otros. (Morgado, 2016)

5.2.2 Análisis de los Ingresos del turismo

Gráfico 5: Ingresos Económicos



Elaborado Por: Franklin Caballero

Fuente: Museo Cultural del Pueblo Salasaka

Para Caballero (2019) el total de los resultados 40% se dedican netamente actividades que tienen que ver con la agricultura, y el 31% es por turismo con respecto a la inversión del ámbito turismo se establecen que es considerablemente un poco bajo en relación a otros rubros. Siendo que Salasaka por medio del turismo puede generar fuente de empleo y por consiguiente aumentar los ingresos económicos en beneficios de todas las familias de la comunidad, estimulando a la parroquia mantener su identidad cultural, y el 29% se dedican una de las actividades que forma parte de la cultura de la parroquia es la producción artesanal de madejas de hilo, uno de los principales problemas de la actividad artesanal es su baja rentabilidad, fenómeno que se explica por la poca diversificación de la producción, los inadecuados canales de comercialización y a esto se suma el poco apoyo del estado en la promoción y publicidad de los productos artesanales en los principales centros de consumo, sin embargo, los/as pequeños/as productores/as siguen en sus actividades diarias porque no tienen otro mecanismo de subsistencia, porque es un complemento a sus ingresos y por ser una actividad tradicional heredada de generación a generación.

- **Los negocios directos son:**

Los restaurantes, artesano, asociaciones, cooperativas de transportes es decir esto permite cubrir la demanda de bienes y servicios de la población y de la gente que permita dinamizar aún más la economía y el progreso, desarrollo y crecimiento del sector.

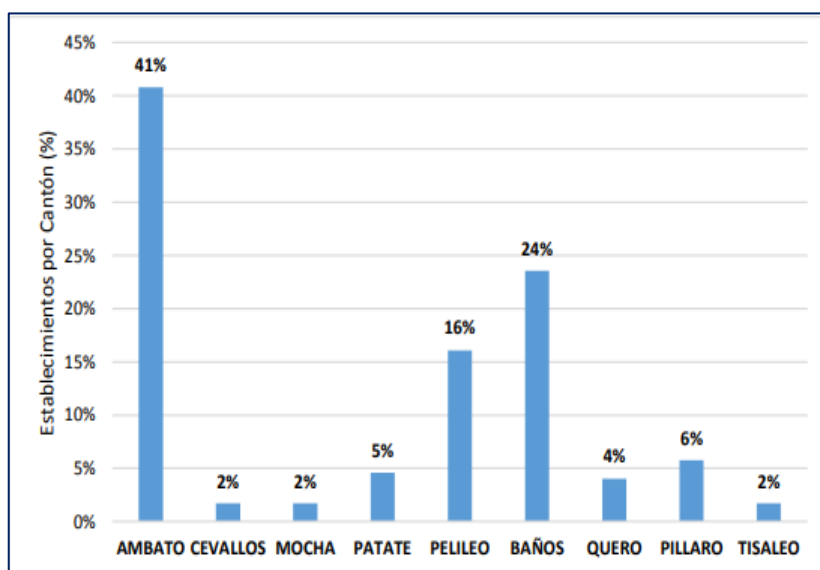
- **Los negocios indirectos son:**

Las tiendas de abarrotes, viveros de plantas, hostales, carpinterías, ferreterías, Cooperativa de Ahorros y entre otros.

5.2.3 Localización geográfica

Para conocer la cantidad de aceptación de cada uno de los cantones por parte de los turistas se han elegido dos criterios: el porcentaje de establecimientos que existen en cada cantón y la cantidad de turistas que visitan el establecimiento turístico al mes.

Tabla 3: Localización geográfica



Elaborado Por: INEC (2010)

Fuente: Localización de los establecimientos a nivel Cantonal

Los lugares con mayor presencia de locales al sector turístico de la provincia Tungurahua son los cantones de Ambato y Baños con el 41%, 21% y 24% respectivamente, seguidos

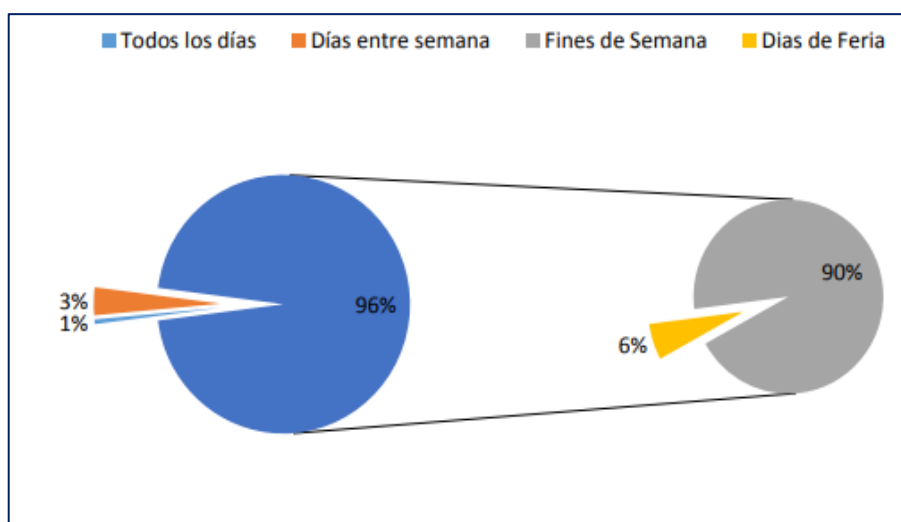
por Pelileo con el 16%; los demás cantones de la Provincia tienen una participación menor al 10%. La gráfica señala a Ambato y Baños como principal destino turístico pues Ambato a más de ser el cantón con mayor densidad poblacional 329.856 y mayor extensión de tierra de la Provincia Tungurahua goza de una impresionante riqueza cultural, ancestral y culturas étnicas tales como: Chibuleo, Kisapinchas, Salasakas, Tomabelas Baños por su parte, con 20.018 habitantes tiene como principal actividad económica al turismo receptivo, hay que mencionar también que, de los cantones con menor acogida turística como Quero, Tisaleo, Mocha y Cevallos están enfocados a la producción agrícola y ganadera. (INEC. , 2010)

5.2.4 Demanda turística

Para comprender la demanda turística de la parroquia Salasaka se ha tomada en relación los días que funcionan normalmente los establecimientos y los días que presentan mayor afluencia de turistas. Además de los precios de los servicios y la cantidad de productos demandados por el turismo.

5.2.5 Días de mayor afluencia turística en la parroquia Salasaka

Gráfico 6: Días de mayor afluencia turística



Elaborado Por: Manuel Masaquiza M.

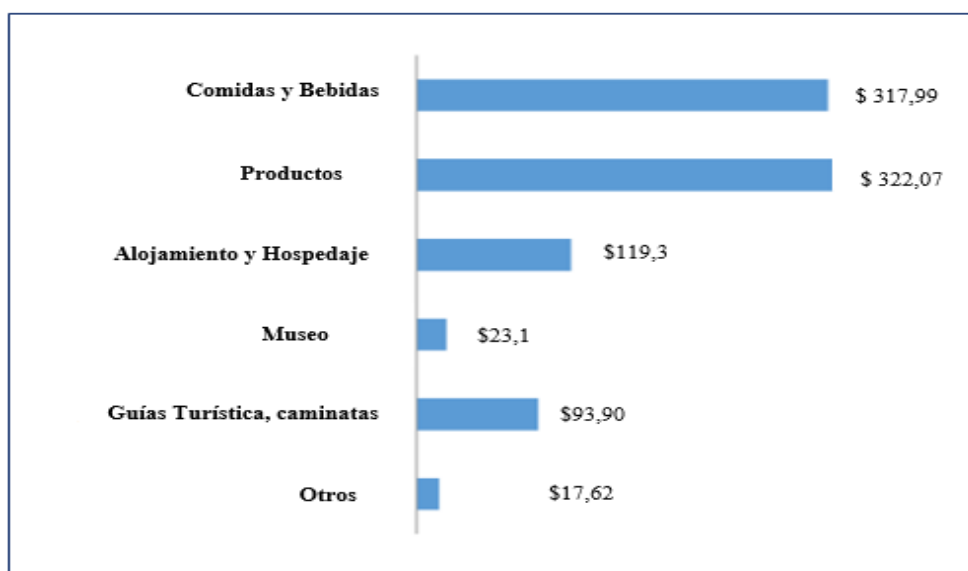
Fuente: La asociación de la feria artesanal Salasaka

Según la asociación de la feria artesanal Salasaka a criterio del Herrera L (2017) la mayor demanda de turista a los locales turísticos en la parroquia Salasaka se da los fines de semana con el 90% del flujo total, únicamente un 1% asegura tener clientes todos los días en igual o similar proporción. La demanda de turismo en la parroquia Salasaka se concentra los días viernes, sábados y domingos produciéndose el llamado efecto festivo y fin de semana, al ser una actividad de descanso está directamente influenciada por los días en que los turistas no tienen obligaciones laborales puesto que entre semana los visitantes no se encuentran en posibilidad de realizar este tipo de actividades. Este dato sirve para una futura planificación y proyección de programas turísticos en la parroquia Salasaka.

5.3 Ingresos económicos

Al momento de hablar del beneficio económico del turismo estamos hablando de la riqueza monetaria o material que se está produciendo en esta parroquia ya sea por servicios como el Alojamiento, alimentación, guías turísticas, productos y por la visita a sitios patrimoniales independientemente del tipo de turismo que se realice en la parroquia Salasaka.

Tabla 4: Ingresos económico



Elaborado Por: Equipo Consultor

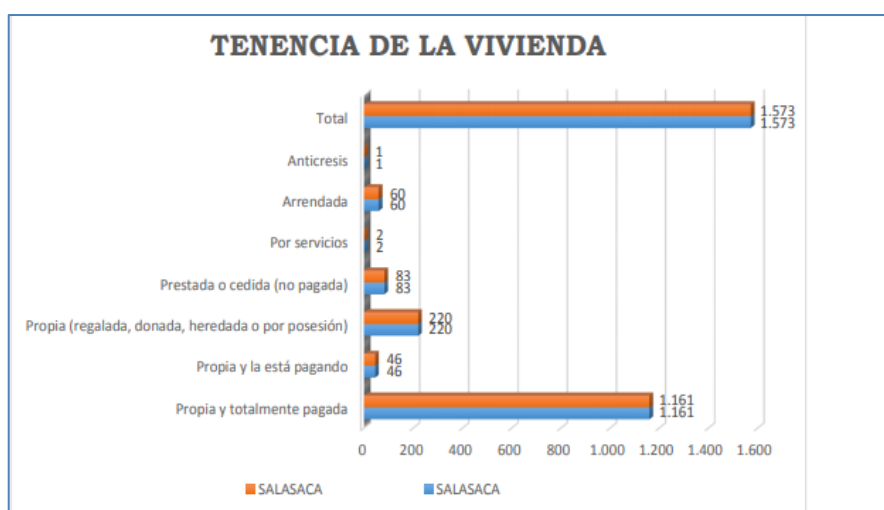
Fuente: IGM

Según Morales (2017) gracias a la afluencia de los turistas en la parroquia Salasaka y al gasto que cada uno de estos realiza en cada rama económica se obtuvo un ingreso total mensual de \$76,582.00 entre todos los servicios turísticos, siendo los productos la que más beneficios económicos aportó con \$3,063,28 lo cual es directamente proporcional al número de establecimientos dedicados a esta actividad pues representa el 40%; seguido del servicio de alimentación con un aporte de \$317,99 debido a que satisface una necesidad primaria como es la alimentación y todas las personas que viajan requieren consumir sus productos y por el servicio de alojamiento y hospedaje con \$119,31. Por otro lado, las actividades menos conocidas otros con \$17,62 generan menor demanda por parte de los turistas, lo que se traduce en menores ingresos.

5.3.1 Variables del Turismo

5.3.2 Componente asentamientos humanos

Tabla 5: Tenencia de la vivienda



Fuente: Censo 2010

Elaborado Por: Equipo técnico consultor

Al observar cual es la tenencia de la vivienda de los pobladores de la parroquia Salasaka, encontramos que 1.161 corresponde a vivienda propia y totalmente pagada, 46 es vivienda

propia y que está siendo pagada, 220 corresponde a regalada, donada, heredada o por posesión, 83 prestada o cedida, la cual es no pagada, en arriendo. (GAD Parroquial , 2018)

- **Los tipos de hostales:**

Actualmente los hostales son construidos con cemento armado, existen casi 2 hostales hechas de paja y bachara que, ya que las personas que realizan turismo se dan cuenta que este tipo de hostel atraen mucho a los turistas pero admiten que construya este tipo de hostel casi tienen un costo elevado a la demanda.

- **Tipos de restaurantes:**

Actualmente los restaurantes son construidos con cemento armado y de paja, es decir los turistas nacionales y extranjeros que visita son muy satisfechos de este servicio que ofrece los gestores turísticos parroquia Salasaka.

5.3.3 Infraestructura y acceso a servicios básicos a la vivienda: cobertura de agua potable, electricidad, saneamiento.

5.3.4 Acceso a energía eléctrica

En cuanto tiene que ver con el acceso a energía eléctrica en la parroquia Salasaka 1.499 gozan de este servicio.

5.3.5 Acceso a agua de consumo

Para el Censo 2010 los hogares de las familias de la Parroquia Salasaka en cuanto tiene que ver con el acceso a agua de consumo doméstico se distribuía de la siguiente manera: 780 hogares consumían agua de la red pública, es decir que la mayoría de la parroquia Salasaka adquieren agua potable del municipio de Pelileo y lamentablemente en la comunidad de patuloma no poseen agua potable sino entubada. (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del gobierno autónomo descentralizado Parroquial., 2018)

5.4 Acceso a servicios de educación y salud

La organización del pueblo Salasaka ha desarrollado proyectos con el objetivo de que su población tenga un mejor acceso a los servicios de educación y salud. El problema sería el analfabetismo que bordea el 21% es uno de los principales problemas del Pueblo Salasaka. (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del gobierno autónomo descentralizado Parroquial., 2018)

5.4.1 Las familias que se dedican al turismo en la parroquia Salasaka son:

Tabla 6: Distribución de la organización

Organización	No de integrantes	Porcentaje
Asociación Touring Wasi	12	10.5%
Asociación Jatun Yuyari	18	15.8%
Asociación Makita Mañay	25	21.9%
Corporación del Museo Cultural de Salasaka	5	4.4%
Corporación Tamias	25	21.9%
Familia Chango Masaquiza	9	7.9%
Familia Masaquiza Masaquiza	11	9.7%
Familia Pilla Pilla	9	7.9%
Total	114	100%

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Bajo estos criterios, todos los integrantes de las asociaciones, corporaciones y familias que viven de esta importante actividad económica, es decir los 114 son las personas que se dedica al turismo en la parroquia Salasaka.

5.4.2 Redes viales y transporte

En la parroquia Salasaka encontramos que en lo referente a la vialidad existe un 86% de revestimiento suelto, seguido por el asfalto con un 7,83% sendero 3,29 y adoquinado 2,46%.(Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del gobierno autónomo descentralizado Parroquial., 2018)

5.5 Validación del Instrumento

El alfa de cronbach es un coeficiente que sirve para medir la fiabilidad de una escala de medida y cuya denominación está basada en el promedio de las correlaciones. El método cronbach es un método que permite conocer la opinión de expertos con referencia a un tema de investigación permite conocer la fiabilidad basado en el elementos estándares las cuales son entregados de forma anónima y confidencial. Permite involucrar a los expertos con el tema y brinda un punto de vista más sustentado para ver si es viable la investigación.

Tabla 7: Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,978	0,979	10

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Investigación del Campo

Análisis: Mediante esta tabla se identifica que la validación del instrumento se validó con el método de alfa de Cronbach podemos determinar la fiabilidad la encuesta que se realizó a los turistas nacionales e extranjeros que visitan la parroquia Salasaka, por lo tanto significa que el criterio emitido en la encuesta servirá para sostener la investigación.

Tabla 8: Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0,933	0,961	10

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Investigación del Campo

Análisis: Mediante esta tabla se identifica que la validación del instrumento se validó con el método de alfa de Cronbach podemos determinar la fiabilidad la encuesta que se realizó a los propietarios que ofertan a los gestores turísticos de la parroquia Salasaka, por lo tanto significa que el criterio emitido en la encuesta servirá para sostener la investigación.

5.6. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS TURISTAS NACIONALES E EXTRANJEROS QUE VISITARON LA PARROQUIA SALASAKA

Tabla 9: Información General.

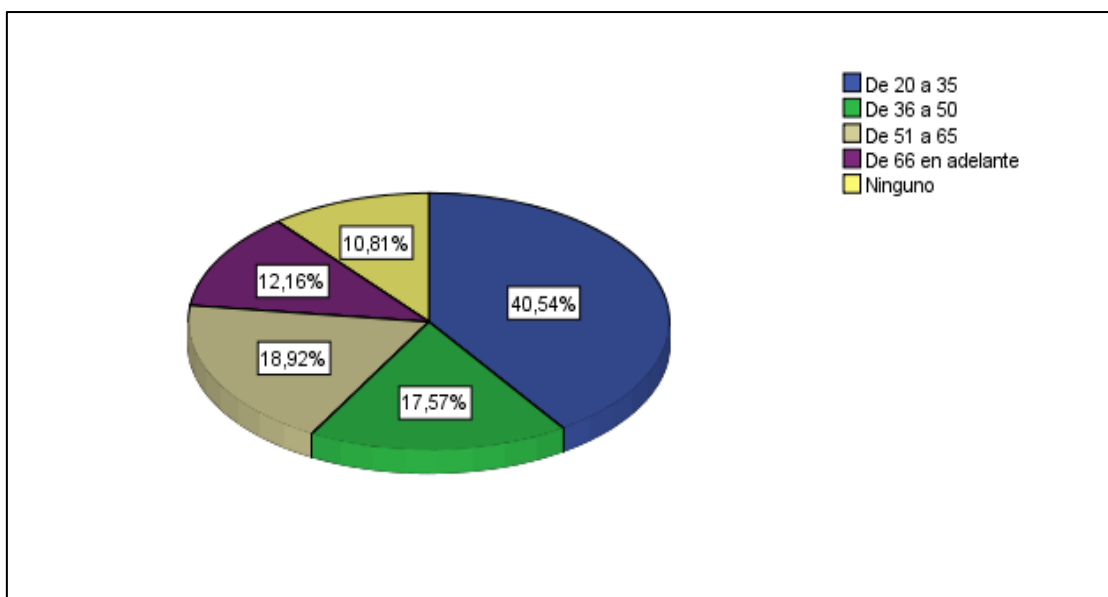
Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 20 a 35	150	40,5	40,5	40,5
	De 36 a 50	65	17,6	17,6	58,1
	De 51 a 65	70	18,9	18,9	77,0
	De 66 en adelante	45	12,2	12,2	89,2
	Ninguno	40	10,8	10,8	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 7: Edad



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

Las personas que practican el turismo de la parroquia Salasaka son aquellas que tienen una edad comprendida de entre 20 a 35 años representando el 41% seguido de un 19% de quienes poseen una edad de 51 a 65 años, luego de 36 a 50 años con un 18% y finalmente con un 12% quien posee más de 66 años, y por último el 11% dicen Ninguno.

Interpretación de datos:

Los gestores turísticos de la parroquia Salasaka están liderados por quienes tenían una edad aproximadamente de 20 a 35 años, quienes con su experiencia trabajan arduamente para generar ingresos económicos que mejore la calidad de vida de sus familiares.

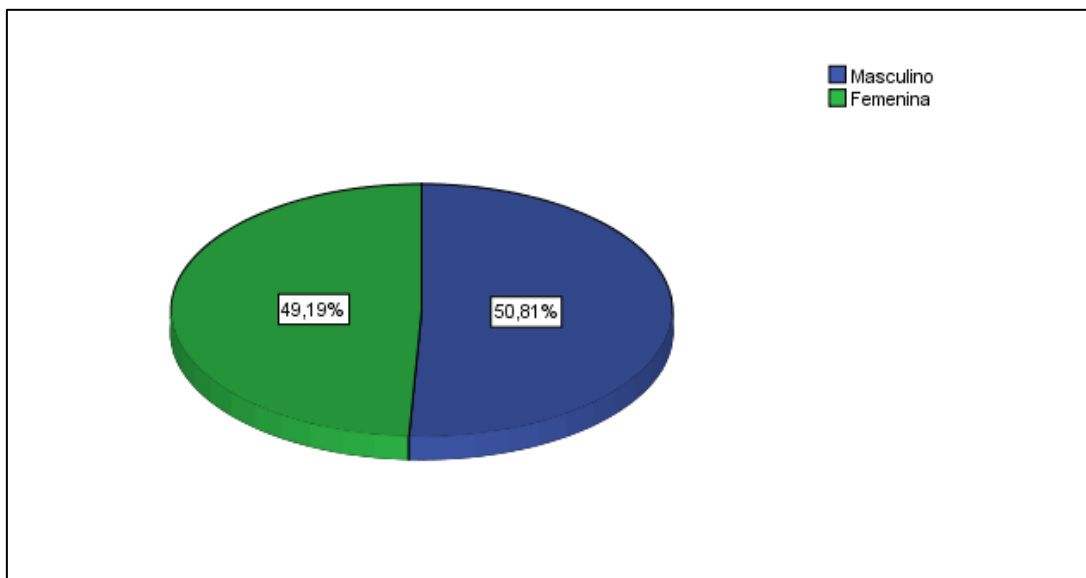
Tabla 10: Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	188	50,8	50,8	50,8
	Femenina	182	49,2	49,2	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 8: Sexo



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los resultados:

De los resultados obtenidos de la población el total es de 370 que fueron encuestados el 51% son masculinos, mientras que tan solo el 49% son mujeres de los gestores turísticos Salasaka.

Interpretación de datos:

La encuesta no enfocó en el aspecto de seguridad, el resultado anterior puede ser un indicativo claro que las mujeres que viajan generalmente solas no se sienten amenazadas durante su visita a la parroquia Salasaka. Entonces es un aspecto sumamente positivo por cuanto en otros países.

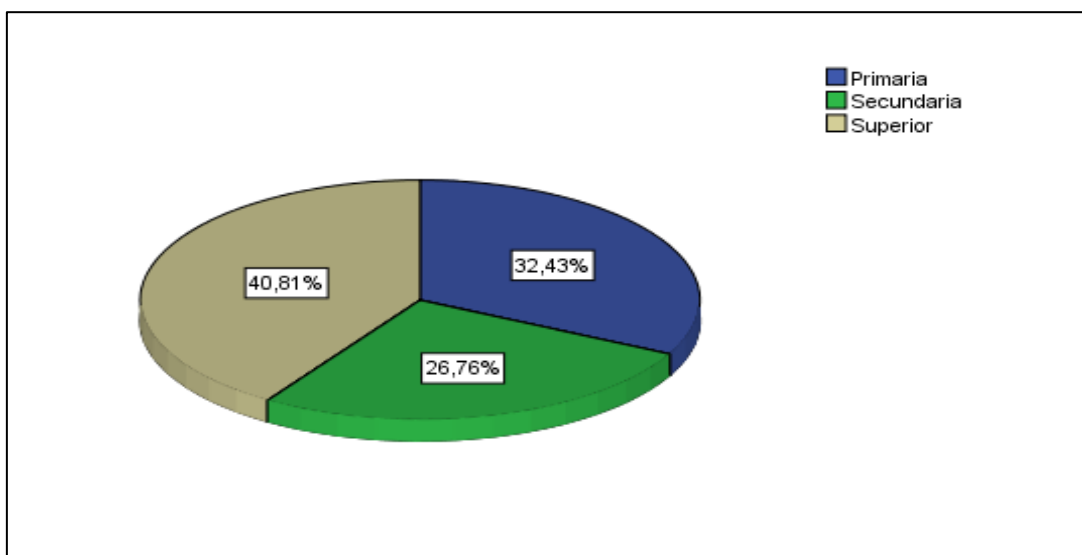
Tabla 11: Educación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	120	32,4	32,4	32,4
	Secundaria	99	26,8	26,8	59,2
	Superior	151	40,8	40,8	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 9: Educación



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

Cuando al nivel de formación académica el 41% del total de los encuestados son de instrucción superior, mientras que el 32% confirman haber obtenido estudios primarios, y el 27% tienen la introducción secundaria.

Interpretación de datos:

Los turistas extranjeros universitarios que viajan son de un gran valor porque están interesados en desarrollarse como personas de mentalidad globalizada, abiertos a conocer y aceptar las diferentes culturales que existen en Latinoamérica, muchos de ellos vienen a aprender el idioma y a realizar trabajos de voluntarios.

Preguntas:

Pregunta No. 1.- ¿Cuál es el principal motivo de viaje a la parroquia Salasaka?

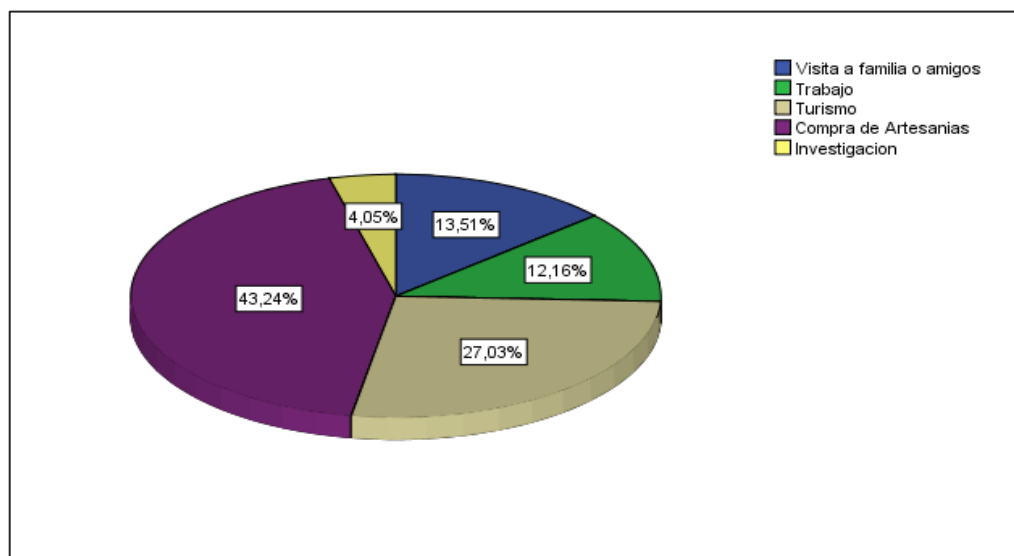
Tabla 12: Principal motivo de viaje.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Visita a familia o amigos	50	13,5	13,5	13,5
Trabajo	45	12,2	12,2	25,7
Turismo	100	27,0	27,0	52,7
Compra de Artesanías	160	43,2	43,2	95,9
Investigación	15	4,1	4,1	100,0
Total	370	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 10: Principal motivo de viaje.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

El total de los resultados de los encuestados el 43% de los visitantes reconoció que su motivo de viaje es por la compra de las artesanías, seguidamente el 27% dice que visita Salasaka por turismo, el 14% es por visitar a familiares y amigos, el 12% por el trabajo y finalmente el 4% menciona por realizar investigaciones acerca de esta población.

Interpretación de datos:

Sin duda laguna, varios turistas visitan Salasaka por comprar las diversas artesanías que se exhiben en la plaza central, así como también en la comunidad Llicakama en el mercado artesanal Kayak Raymi. Sin embargo el turismo en la parroquia ocupa segundo lugar, seguido de la visita a familiares y amigos.

Pregunta: 2.-¿ Ha sido partícipe del turismo comunitario que ofrece la parroquia Salasaka?

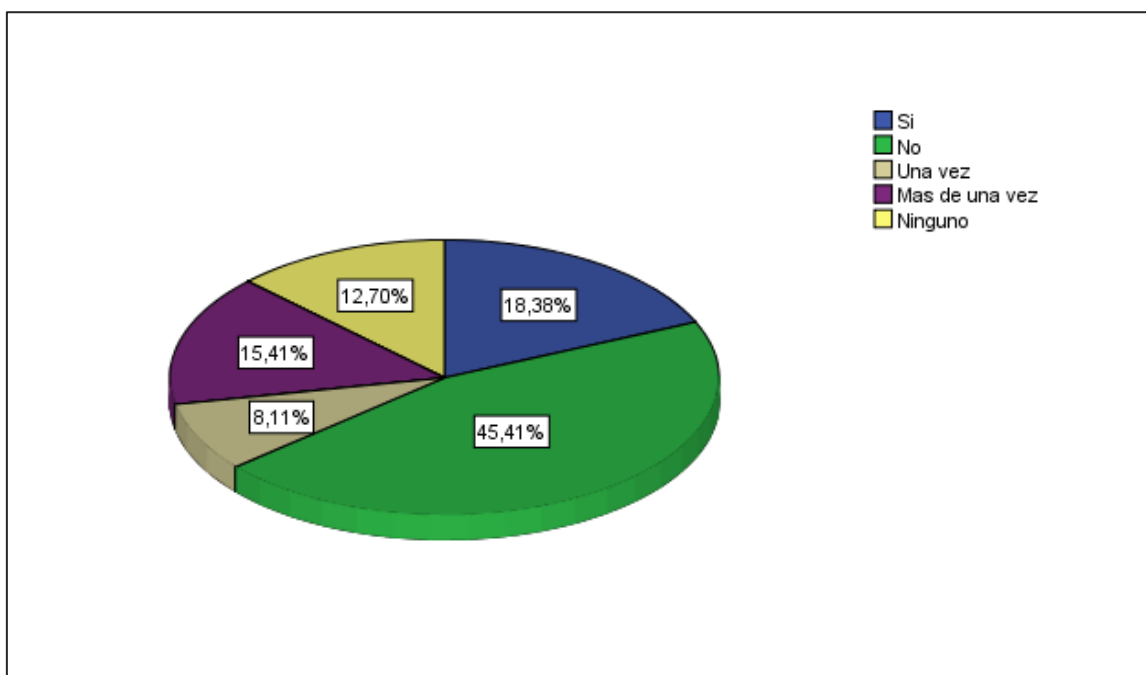
Tabla 13: Turismo comunitario en la parroquia Salasaka.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	68	18,4	18,4	18,4
	No	168	45,4	45,4	63,8
	Una vez	30	8,1	8,1	71,9
	Más de una vez	57	15,4	15,4	87,3
	Ninguno	47	12,7	12,7	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 11: Turismo comunitario en la parroquia Salasaka.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

Cuanto a la participación de visitantes del turismo comunitario en la parroquia Salasaka, el 45% dicen no haberlo hecho, en tanto que el 18% menciona que alguna vez si ha

disfrutado de esas actividades turísticas, el 15% dicen más de una vez que si han participado en esas actividades, en tanto el 13% mencionan que ningún momento no han participado en esas actividades, y finalmente 8% mencionan que han participado una vez al año.

Interpretación de datos:

Existen turistas que visitan la parroquia Salasaka, es decir que la mayoría de ellos no han sido participe del turismo comunitario ya que su principal motivo de llegada ha sido por la compra de las diferentes artesanías que se exhiben en las ferias artesanal, esto es por el desconocimiento de las verdaderas riquezas que como pueblo indígena mantienen.

Pregunta: 3.- ¿Qué aspecto le atrae más de la parroquia Salasaka?

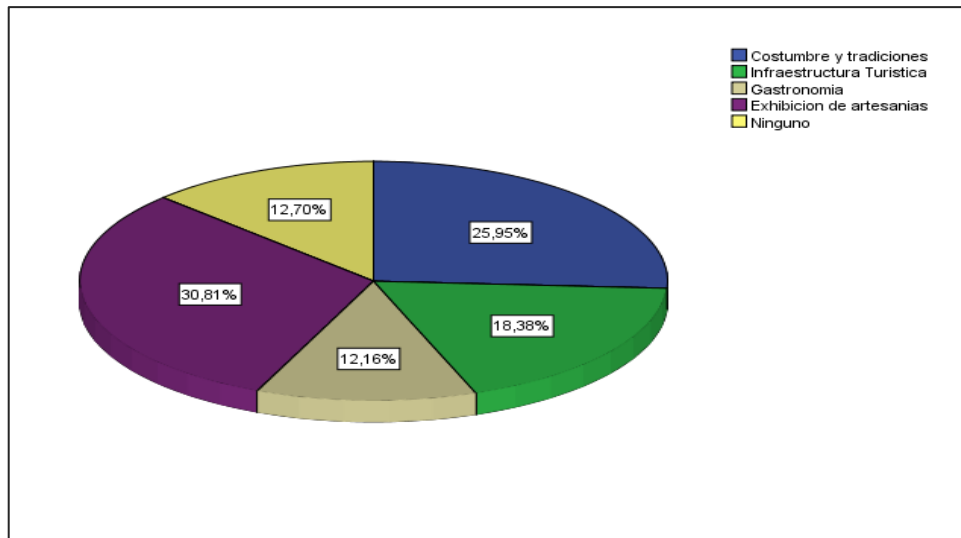
Tabla 14: Qué aspecto le atrae la parroquia.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Costumbre y Tradiciones	96	25,9	25,9	25,9
	Infraestructura Turística	68	18,4	18,4	44,3
	Gastronomía	45	12,2	12,2	56,5
	Exhibición de artesanía	114	30,8	30,8	87,3
	Ninguno	47	12,7	12,7	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 12: Qué aspectos le atrae a la parroquia.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

Los datos obtenidos, el 31% del total de los encuestados responden que por un exhibición de artesanías de la parroquia Salasaka, el 26% menciona que el costumbre y tradiciones, el 18% considera que la infraestructura turística es significativo, el 12% consideran que si le gustan la gastronomía de la parroquia Salasaka, y finalmente el 13% menciona ninguno.

Interpretación de datos:

La mayoría del turista que llegan a la parroquia Salasaka, es que ve sus costumbres y tradiciones de la parroquia Salasaka, y también le encanta sus platos típicos y su artesanía en general.

Pregunta: 4.- ¿Cuánto le pagaría por un paquete turístico diario que incluya hospedaje, alimentación, guianza, visita a lugares turísticos y convivencia cultural?

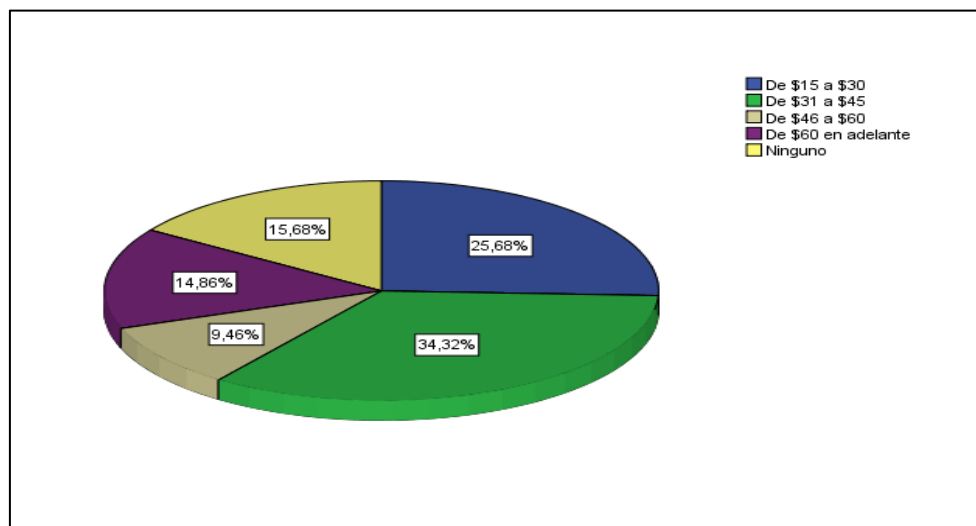
Tabla 15: Cuanto pagaría por un paquete turístico diario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De \$15 a \$30	95	25,7	25,7	25,7
	De \$31 a \$45	127	34,3	34,3	60,0
	De \$46 a \$60	35	9,5	9,5	69,5
	De \$60 en adelante	55	14,9	14,9	84,3
	Ninguno	58	15,7	15,7	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 13: Cuanto pagaría por un paquete diario



Elaborado Pr: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

De los datos obtenidos, el 34% del total de los encuestados respondieron que por un paquete turístico completo pagaría entre \$31 a \$45 dólares, el 26% mencionan de \$15 a \$30 dólares, el 16% considera 0 dólares y el 15% consideran que no pueden pagar más de \$60 dólares en adelante y finalmente el 10% mencionan nadie estaría dispuesto en pagar más de \$46 a \$60 dólares.

Interpretación de datos:

Según los datos, más de la mitad de los visitantes pagarían un valor económico comprendido entre \$31 a \$45 por un paquete turístico diario que incluya hospedaje, alimentación, otros que visita a lugares turísticos y convivencia culturales lo cual significa un rubro significativo para satisfacer las necesidades del turistas nacionales e internacionales.

Pregunta: 5.- ¿Cómo considera usted de los servicios turísticos que ofrece la parroquia Salasaka?

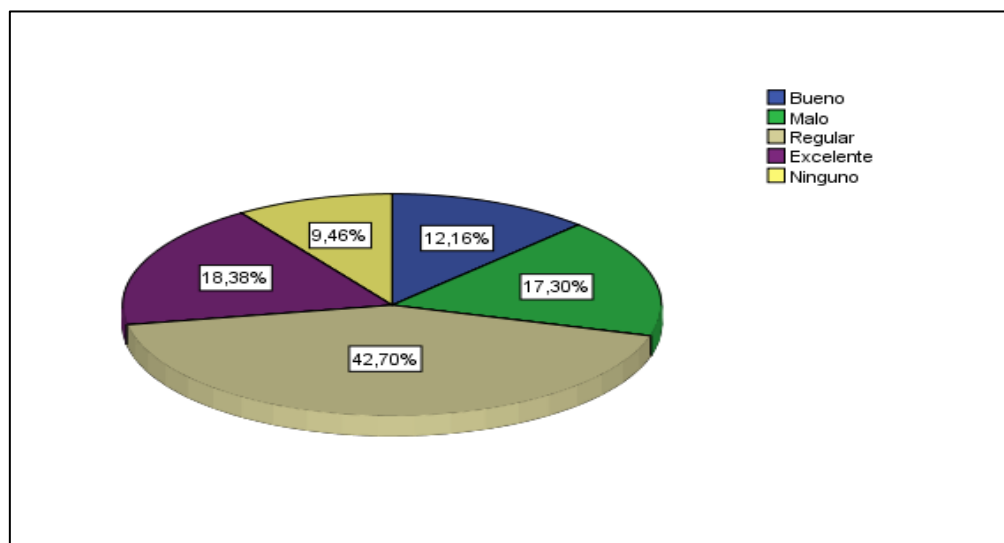
Tabla 16: Los servicios turísticos que ofrece la parroquia.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	45	12,2	12,2	12,2
	Malo	64	17,3	17,3	29,5
	Regular	158	42,7	42,7	72,2
	Excelente	68	18,4	18,4	90,5
	Ninguno	35	9,5	9,5	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 14: Los servicios turísticos que ofrece la parroquia.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

Al respecto el servicio ofertado por los gestores turísticos, el 43% de los visitantes afirman que es regular, es decir el 18% dice ser excelente por lo tanto el 17% mencionan que es malo, el 12% mencionan que es bueno, por último un 10% dice que las actividades que no se realizan ninguno.

Interpretación de datos:

El trabajo constante que vienen realizando quienes practican el turismo comunitario en la parroquia Salasaka, se nota que la mayoría de los turistas se sienten satisfechos todo lo ofrecido, sin embargo, hay aspectos en los cuales hay que seguir mejorando para brindar una atención con eficiencia y eficacia en la parroquia.

Pregunta: 6.- ¿Qué actividades del paquetes turístico considera que son de mayor atractivo para los visitante en la parroquia Salasaka?

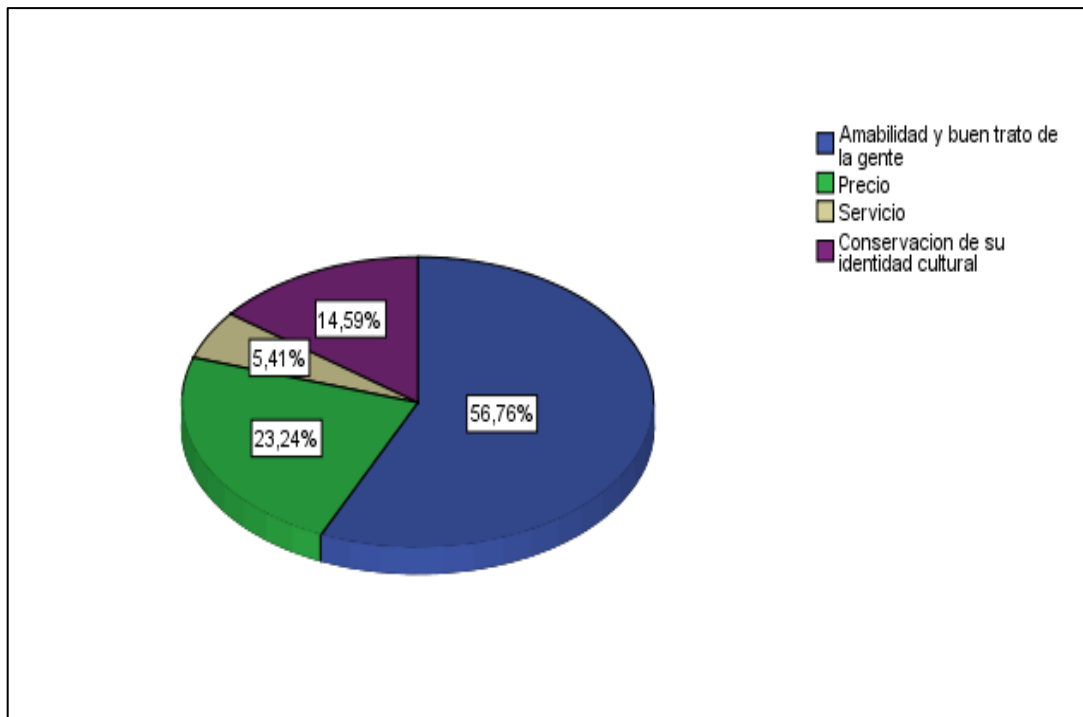
Tabla 17: Aspecto que más le agrada.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Amabilidad y buen trato de la gente	210	56,8	56,8	56,8
	Precio	86	23,2	23,2	80,0
	Servicio	20	5,4	5,4	85,4
	Conservación de su identidad cultural	54	14,6	14,6	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 15: Aspecto que más le agrada.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

Mencionando el 57% de las personas encuestadas menciona que el aspecto más le llama la atención a la parroquia Salasaka, fue la amabilidad y buen trato de la habitantes, el 23% que manifiesta por el precio, el 17% fue la conservación de su identidad cultural que tiene la parroquia Salasaka, el 5% es de los servicio.

Interpretación de datos:

Los paquetes turísticos siempre se ha caracterizado por su cultural y tradición que mantiene desde hace miles de años y es transmitida de generación en generación, única que es el principal aspecto de atracción de quienes visitan este lugar turístico, además de la seguridad que brinda la parroquia, a través de las rondas nocturnales que existe dentro de Salasaka.

Pregunta: 7.- ¿En qué aspecto considera usted que debería mejorar el servicio?

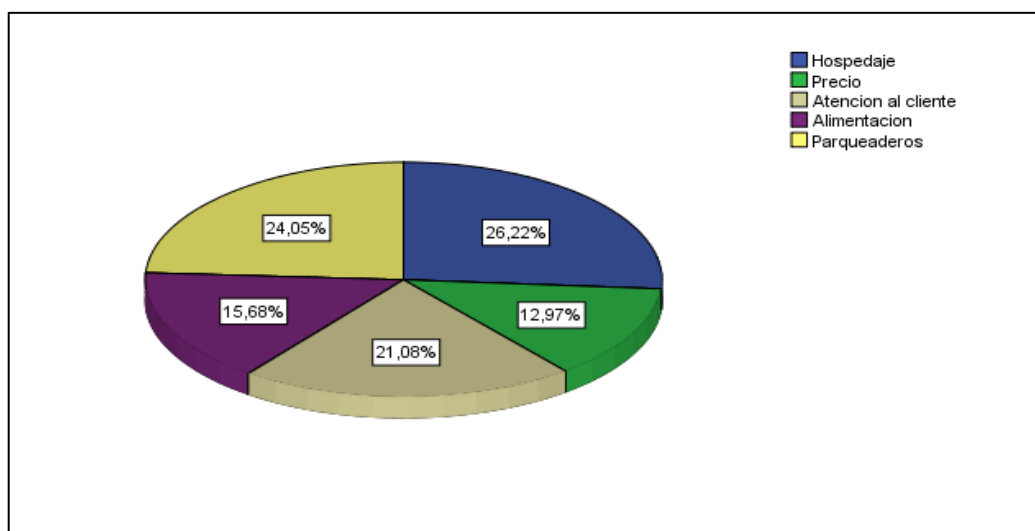
Tabla 18: Debería mejorar el servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hospedaje	97	26,2	26,2	26,2
	Precio	48	13,0	13,0	39,2
	Atención al cliente	78	21,1	21,1	60,3
	Alimentación	58	15,7	15,7	75,9
	Parqueaderos	89	24,1	24,1	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 16: Debería mejorar el servicio.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

El principal inconveniente que han presentado a los turistas el 26% concuerda que se debería mejorar el aspecto de hospedaje y el 24% dice que el beneficiaria en el parqueaderos, el 21% que afirma en atención al cliente, el 16% en la alimentación y finalmente un 13% que afirma en precio.

Interpretación de datos:

En la falta de señaléticas para los pocos parqueaderos existentes visitantes que no puedan hacer su parada al momento de la llegada de los turistas. Disfrutar de todos los servicios existentes, principalmente en la cabecera parroquial que se ahí donde pueden tener su parqueadero.

Pregunta:8. De los siguientes medios de comunicación cuál cree usted que es el más idoneo para promocionar el turismo de la parroquia Salasaka?

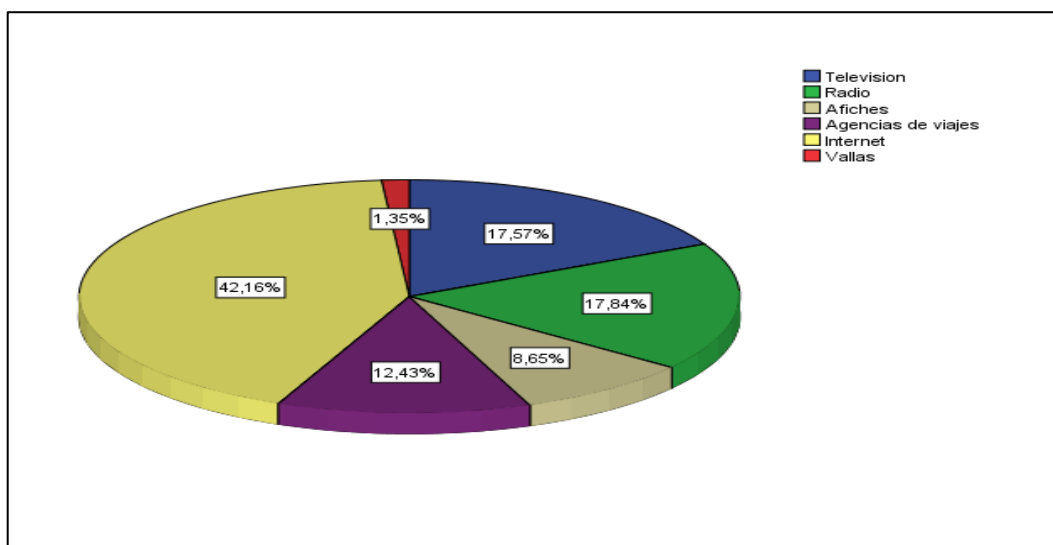
Tabla 19: Medios de comunicación idónea para promocionar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Televisión	65	17,6	17,6	17,6
	Radio	66	17,8	17,8	35,4
	Afiches	32	8,6	8,6	44,1
	Agencias de viajes	46	12,4	12,4	56,5
	Internet	156	42,2	42,2	98,6
	Vallas	5	1,4	1,4	100,0
Total		370	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 17: Medios de comunicación idónea para promocionar.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

El 42% determina que es más conveniente el paquete turístico promoción a través de Internet, el 18% mencionan por radio, el 18% a través de televisión, el 12% por agencia de viajes, y por último el 9% afirma a través de afiches y el 1% indica las vallas publicitarias.

Interpretación de datos:

Hoy en la actualidad, la tecnología es específicamente que el internet se ha convertido en una herramienta indispensable para realizar cualquier actividad, y este medio que se podría dar a conocer todas las verdaderas riquezas costumbres y tradiciones que existe en la parroquia Salasaka.

Pregunta: 9.- ¿Cómo se enteró acerca del turismo que existió en la Parroquia Salasaka?

Tabla 20: Cómo se enteró acerca del turismo

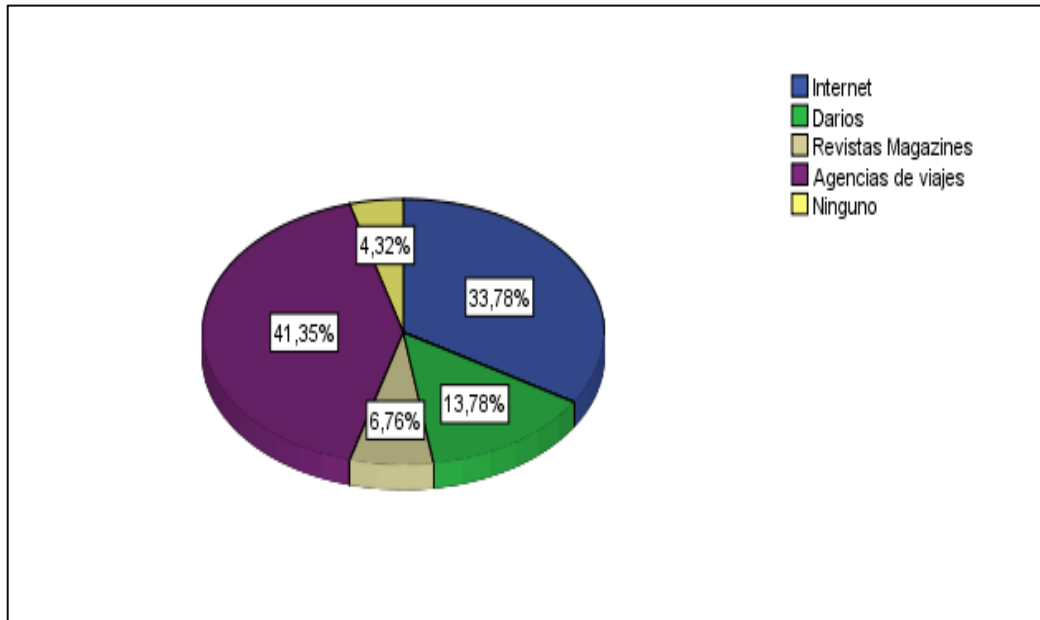
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Internet	125	33,8	33,8	33,8
Diarios	51	13,8	13,8	47,6
Revistas Magazines	25	6,8	6,8	54,3
Agencias de viajes	153	41,4	41,4	95,7
Ninguno	16	4,3	4,3	100,0
Total	370	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

“

Gráfico 18: Como se entero acerca del turismo



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

Se enteraron acerca del turismo a través de 41% es por Agencia de viaje, el 34% es por internet ya que a los turistas le gusta sus artesanías de la parroquia Salasaka, el 14% mencionan que es diarios porque no han enteraron en brevedad posible, el 7% es revistas magazines y por último el 4% es ninguno.

Interpretación de datos:

Gracias al trabajo constante que realizan quien practica el turismo, y se nota que tiene su mayor turista que se siente muy satisfecho de enterar acerca que existe el turismo en la parroquia Salasaka.

Pregunta: 10. ¿Considera usted que falta promocionar el turismo de la parroquia Salasaka?

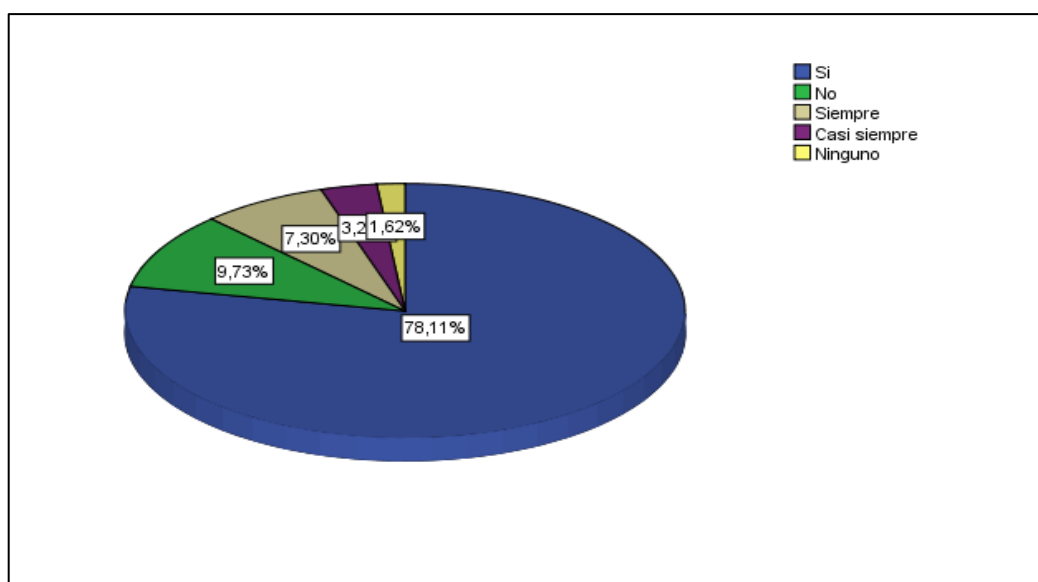
Tabla 21: Falta de promocionar el turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	289	78,1	78,1	78,1
	No	36	9,7	9,7	87,8
	Siempre	27	7,3	7,3	95,1
	Casi siempre	12	3,2	3,2	98,4
	Ninguno	6	1,6	1,6	100,0
	Total	370	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 19: Falta de promocionar el turismo.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

En los resultados obtenidos, el 78% de total de los turistas extranjeros encuestados menciona si porque es significativa promocionar a los turistas que llegan a la parroquia Salasaka, mientras tanto solo un 8% dice no, el 7% mencionan siempre, el 3% dicen casi siempre, y mientras que tan solo un 2% mencionan ninguno.

Interpretación de datos:

Bajo niveles de ingresos de los gestores turísticos, es claro porque la poca afluencia que tiene los turistas y sobre todo por el incompetencia de los mismos de todas manera las actividades que se ofertan dentro de la parroquia, es por ende manifestar diseñar un plan de promoción turística para difundir todo lo que posee Salasaka.

5.6.1 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS PROPIETARIOS QUE OFERTAN A LOS GESTORES TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA SALASAKA.

Preguntas:

Pregunta: 1.- ¿Cree usted que el turismo mejora el nivel de vida de la parroquia Salasaka generando beneficios económicos?

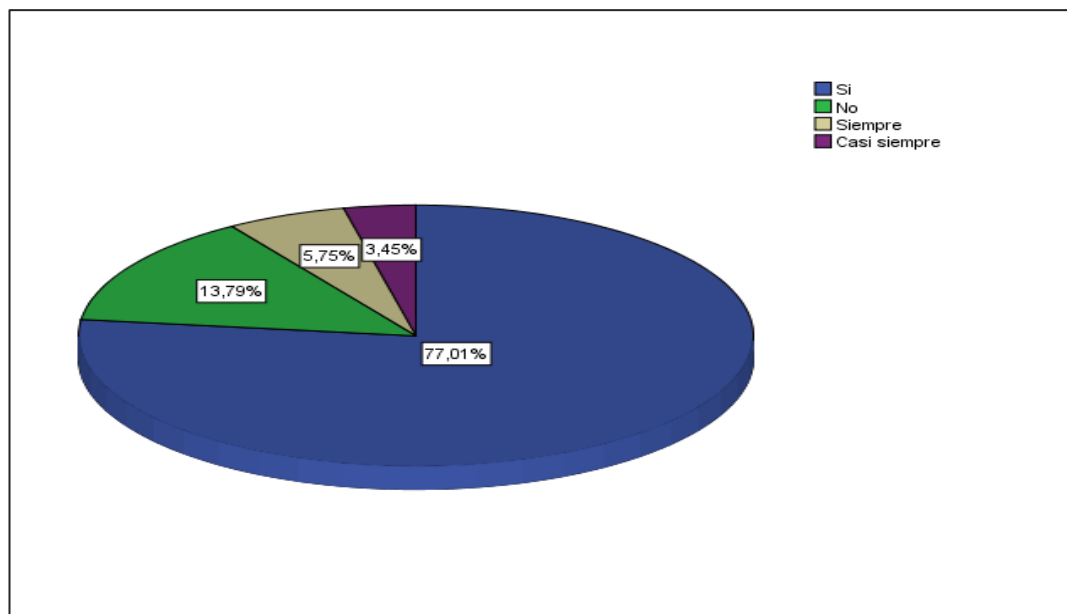
Tabla 22: Cree usted que el turismo mejoraría el nivel de vida.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	67	77,0	77,0	77,0
No	12	13,8	13,8	90,8
Siempre	5	5,7	5,7	96,6
Casi siempre	3	3,4	3,4	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 20: Cree usted que el turismo mejoraría el nivel de vida



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

El 77% mencionan sí es más importante que por medio de los turistas puedan mejorar su nivel de vida de la parroquia Salasaka generando sus beneficios económicos, el 14% afirma que no, el 6% confiesa siempre, el 3% menciona casi siempre mejoraría el nivel de vida.

Interpretación de datos:

No creo que únicamente el turismo ayude a mejorar nivel de la vida de la parroquia Salasaka, porque muchas de las comunidades desde antes de la conquista fueron organizadas y la han mantenido hasta la época esa unión familiar y de trabajo.

Pregunta: 2.- ¿Quiénes son los principales demandantes de los servicios turísticos que usted oferta?

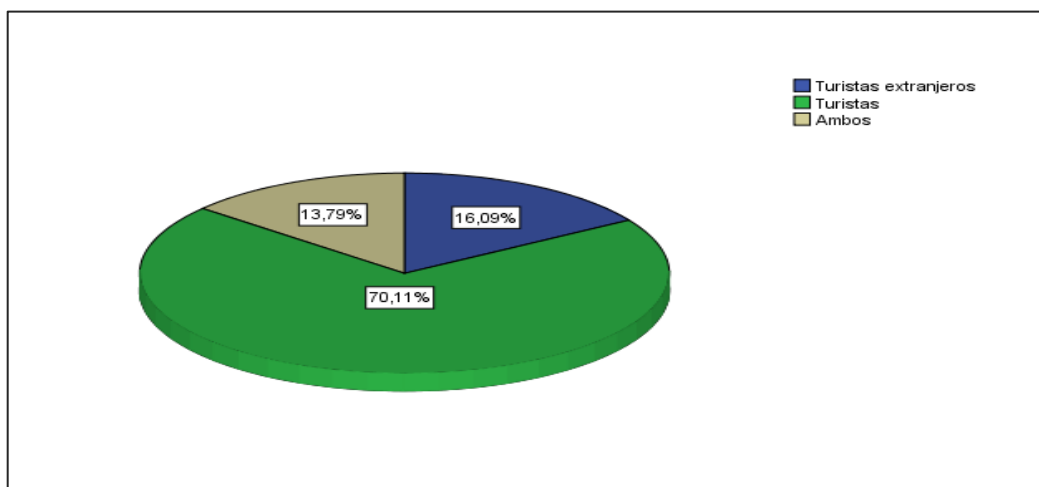
Tabla 23: Los principales demandantes de los servicios turísticos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Turistas Extranjeros	14	16,1	16,1	16,1
Turistas Nacionales	61	70,1	70,1	86,2
Ambos	12	13,8	13,8	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 21: Los principales demandantes de los servicios de los turísticos.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

Entonces el 16% de los encuestados manifiestan que los principales clientes o demandantes tienen una gran magnitud de los servicios de la parroquia Salasaka, que son aquellos turistas extranjeros que vienen fuera de nuestro país, en tanto que un 70% dicen que son nacionales y finalmente un 14% mencionan que ambos, es decir, nacionales e internacional visitan la parroquia Salasaka.

Interpretación de datos:

Es importante que el arte, la cultura y tradición del pueblo Kichwa Salasaka, es más valorada y respetada por ciudadanos extranjeros que por los propios habitantes ecuatorianos, sin embargo, esta localidad ofrece todos los servicios que posee a los visitantes nacionales e internacional, siendo los últimos quienes otorgan cantidad de ingresos.

Pregunta: 3.- ¿Piensa usted que para ofertar los servicios de calidad en el turismo, es necesario primero capacitar a los habitantes de la parroquia Salasaka?

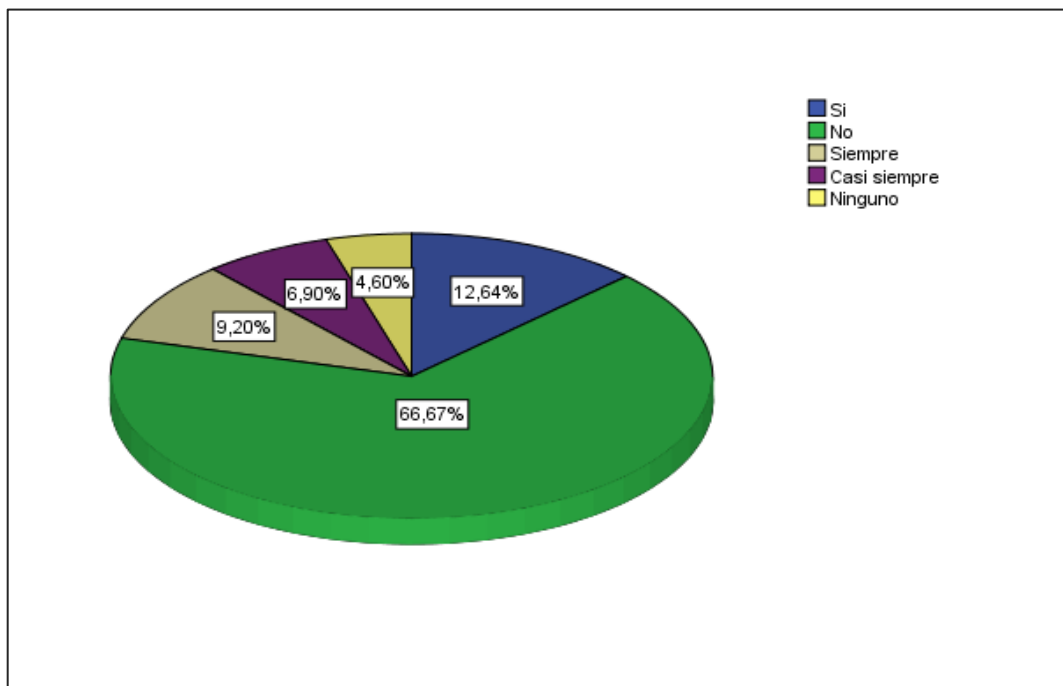
Tabla 24: Para ofertarlos servicios de calidad en el turismo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	11	12,2	12,2	12,6
	No	58	66,7	66,7	79,3
	Siempre	8	9,2	9,2	88,5
	Casi siempre	6	6,9	6,9	95,4
	Ninguno	4	4,6	4,6	100,0
	Total	87	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 22: Para ofertarlos servicios de calidad en el turismo.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

El 67% mencionan no porque no es necesario capacitar a los habitantes de la parroquia Salasaka, el 12% afirman que si ya que podría mejorar la calidad de vida de los habitantes,

el 9% mencionan siempre, el 7% mencionan casi siempre y finalmente el 5% dicen ninguno.

Interpretación de datos:

Ahora es bien cierto que el tema del turismo no es una prioridad, sino es una simple vista de las comunidades ya que no están preparadas para ofertar los servicios turísticos de calidad, razón por la que es importante capacitarlos.

Pregunta: 4.- ¿De existir presencia de turistas en que actividad económica gustaría participar en la parroquia Salasaka?

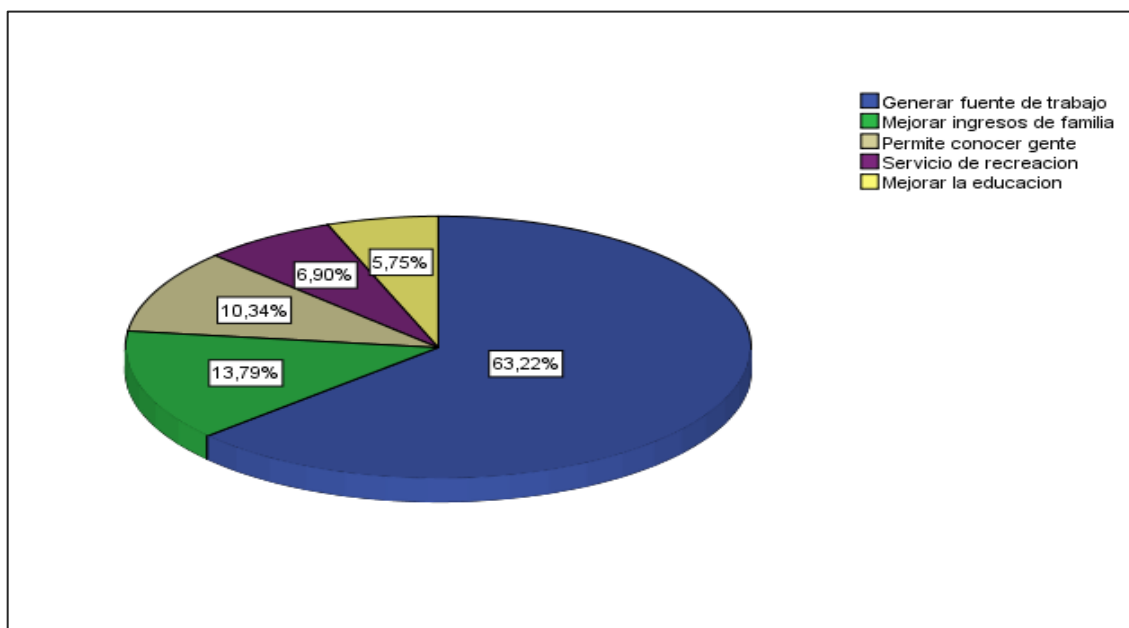
Tabla 25: En qué actividad económica le gustaría participar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mejorar ingresos de familia	55	63,2	63,2	63,2
	Generar fuente de trabajo	12	13,8	13,8	77,0
	Permite conocer gente	9	10,3	10,3	87,4
	Servicio de recreación	6	6,9	6,9	94,3
	Mejorar la educación	5	5,7	5,7	100,0
	Total	87	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 23: Que actividad económica mejoraría.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

El 63% de total de encuestados mencionan que debería de mejora los ingresos de familia, el 14% de la parroquia aquellos son consecutivasa la actividad turística genera fuentes de Trabajo, mientras para el 10% permite conocer gente, el 7% menciona servicio de recreación y finalmente el 6% mejorar la educación.

Interpretación de datos:

Ellos sugieren que la comunidad han ponderado con atención el modo como otros sectores como Kisapincha, Salasaka y Pelileo, se han posicionado como importantes distintos turísticos en la última década, asados de manera preferente en la producción artesanal que caracteriza a esos lugares.

Pregunta: 5.-De llegar turistas extranjeros a la parroquia Salasaka estaría dispuesto a compartir sus costumbres en?

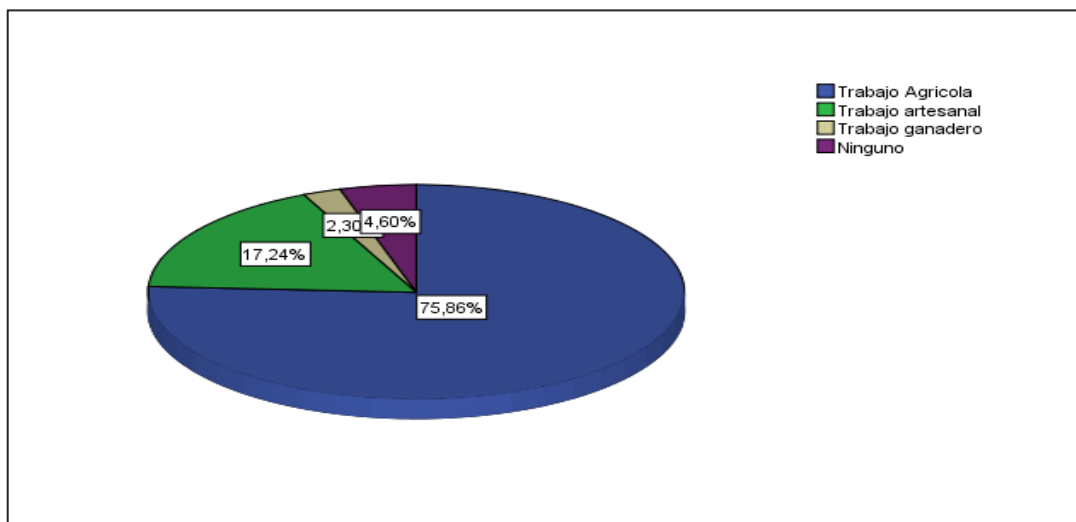
Tabla 26: Que actividad económica mejoraría.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Trabajo Agrícola	66	75,9	75,9	75,9
	Trabajo artesanal	15	17,2	17,2	93,1
	Trabajo ganadero	2	2,3	2,3	95,4
	Ninguno	4	4,6	4,6	100,0
	Total	87	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 24: Estaría dispuesto a compartir sus costumbres.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

El 76% aprecian que la mayoría se pronuncian por las actividades trabajo agrícola, el 17% menciona que si le gusta el trabajo artesanal, el 5% no le gusta ninguna actividad, y el último 2% afirma aprecia por el trabajo ganadero

Interpretación de datos:

Sería que la predisposición que tiene los pobladores de la comunidad Salasaka es necesario compartir sus actividades propias de los visitantes, ya que con la llegada de los turistas nacionales e extranjeros se puede generar sus ingresos económicos en la parroquia Salasaka.

Pregunta: 6.- ¿Los ingresos económicos generados por el turismo son divididos equitativamente entre los miembros de la organización a la que pertenecen?

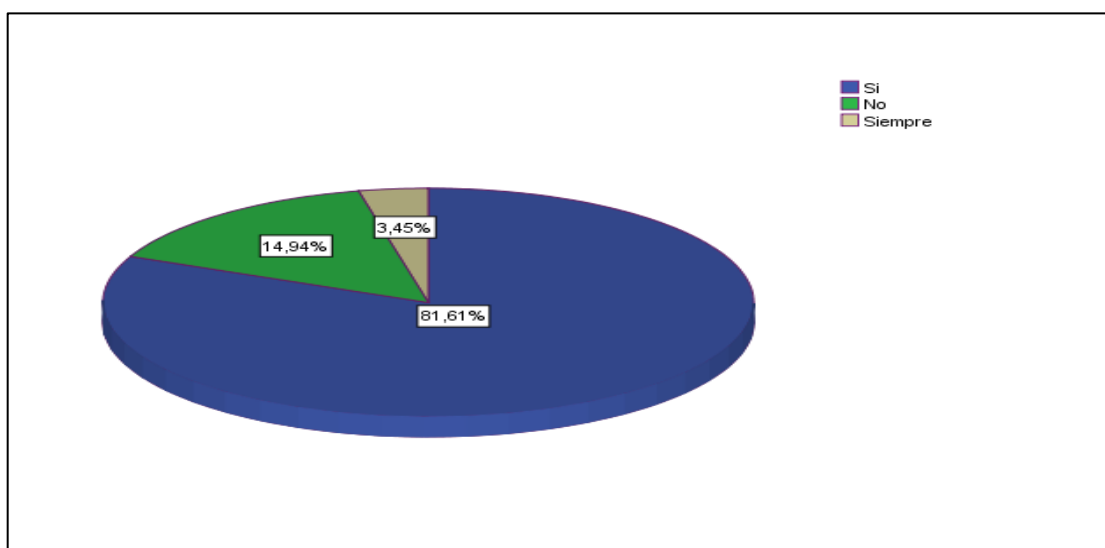
Tabla 27: Ingresos económicos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	71	81,6	81,6	81,6
	No	13	14,9	14,9	96,6
	Siempre	3	3,4	3,4	100,0
	Total	87	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 25: Ingresos económicos.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

Los datos obtenidos de las encuestas realizadas reflejan que el 82% menciona si dividen equivalente los ingresos generados por concepto del turismo, en tanto que el 15% mencionan no y posteriormente un 3% dice que siempre y entre los miembros de la organización.

Interpretación de datos:

Es importante mencionar que el turismo es la distribución equitativa de los ingresos generados por los mismos, ya que por consiguiente al ser esta actividad un negocio familiar es notable que los ingresos son divididos equitativamente entre los miembros de la organización a la que pertenecen cada uno de los gestores turísticos de la parroquia Salasaka.

Pregunta: 7.- Basando en la actividad económica relacionada con el turismo. ¿Cuál es su ingreso mensual?

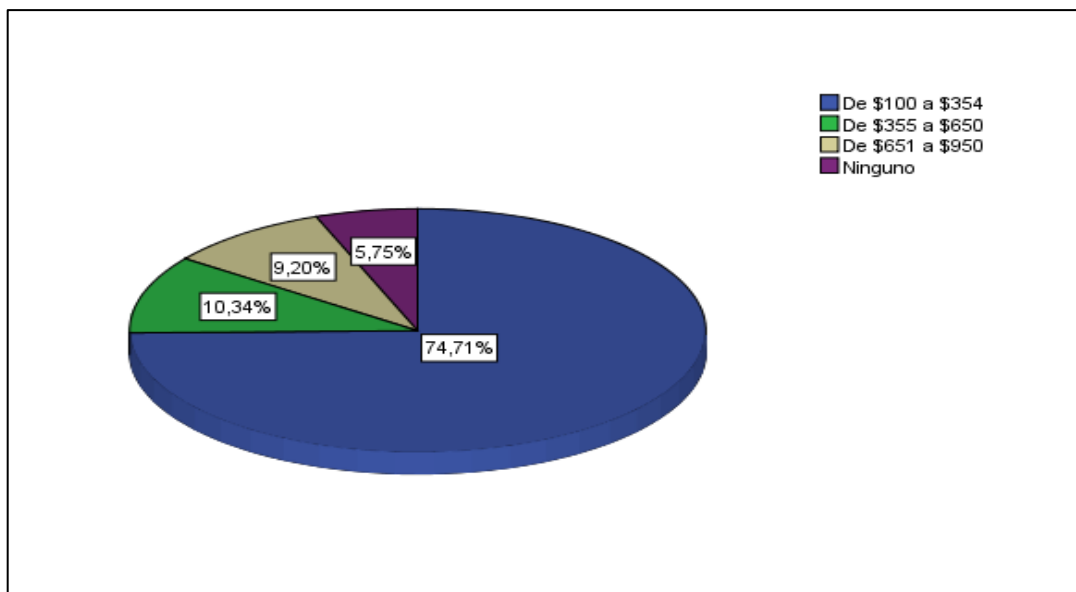
Tabla 28:Ingresos mensuales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De \$100 a \$354	65	74,7	74,7	74,7
	De \$355 a \$650	9	10,3	10,3	85,1
	De \$651 a \$950	8	9,2	9,2	94,3
	Ninguno	5	5,7	5,7	100,0
	Total	87	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 26: Ingresos mensuales.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

De los datos obtenidos el 75% afirman de los turistas menciona que su ingreso periódico por lo cual práctica del turismo de entre \$100 a \$354 dólares, al igual que un 10% dice que es de \$355 a \$650, el 9% obtiene un ingreso mayor a \$651 dólares por la oferta de sus servicios turísticos, y por otro lado el 6% mencionan que ninguna persona.

Interpretación de datos:

Como en capítulos anteriores se ha venido manifestando, el principal problema son los gestores turísticos mencionan que su ingreso no supera el salario básico unificado, siendo esto un valor mínimo que no cubre totalmente los gastos en salud, educación, vivienda, alimentación, entre otros, obligando a los mismos a dedicarse a otras actividades productivas.

Pregunta: 8.- ¿Existe bienestar social en los gestores turísticos en la parroquia Salasaka, entendiéndose al mismo como la existencia de tranquilidad y satisfacción humana?

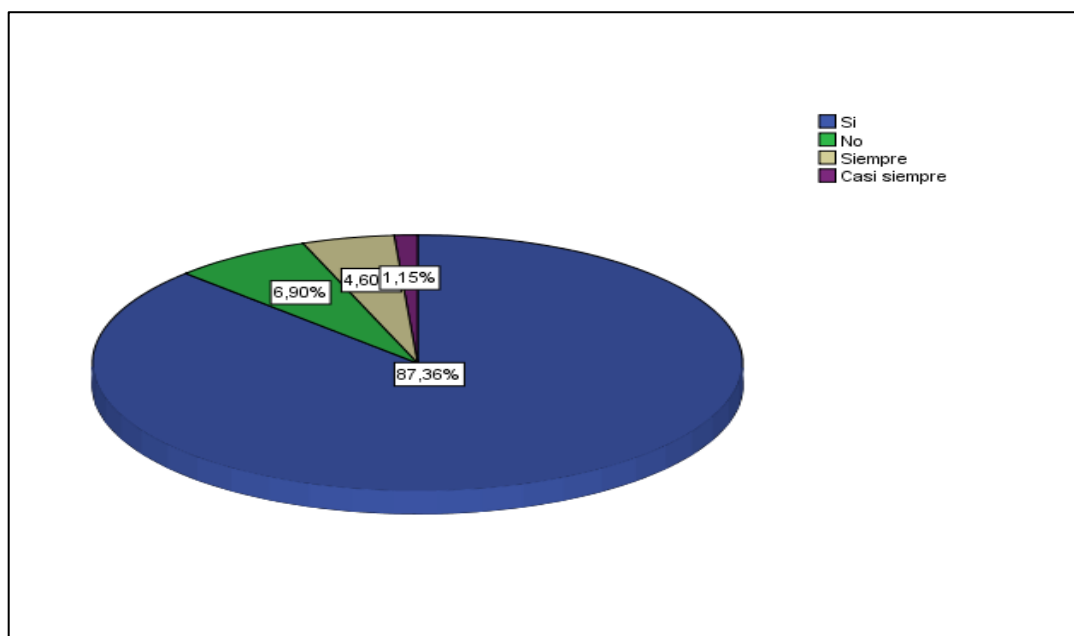
Tabla 29: Existe bien estar social.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	76	87,4	87,4	87,4
	No	6	6,9	6,9	94,3
	Siempre	4	4,6	4,6	98,9
	Casi siempre	1	1,1	1,1	100,0
	Total	87	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 27: Existe bien estar social.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

En cuanto al bienestar social de los gestores turísticos mencionan el 87% manifiesta que si posee tranquilidad y satisfacción humana, mientras que el 7%, el 5% menciona que siempre posee tranquilidad, el 1% menciona casi siempre y el 0% menciona ninguno.

Interpretación de datos:

El bienestar social es una forma positiva en la calidad de vida, casi la mitad de los encuestados dice no poseer de la misma, ya que no cuentan con todos los recursos disponibles para satisfacer sus necesidades, pues para conseguir esto requieren aumentar sus económicos que permita mejorar sus condiciones de vida.

Pregunta: 9.- ¿En qué aspecto considera usted que se debería mejorar el servicio en la parroquia Salasaka?

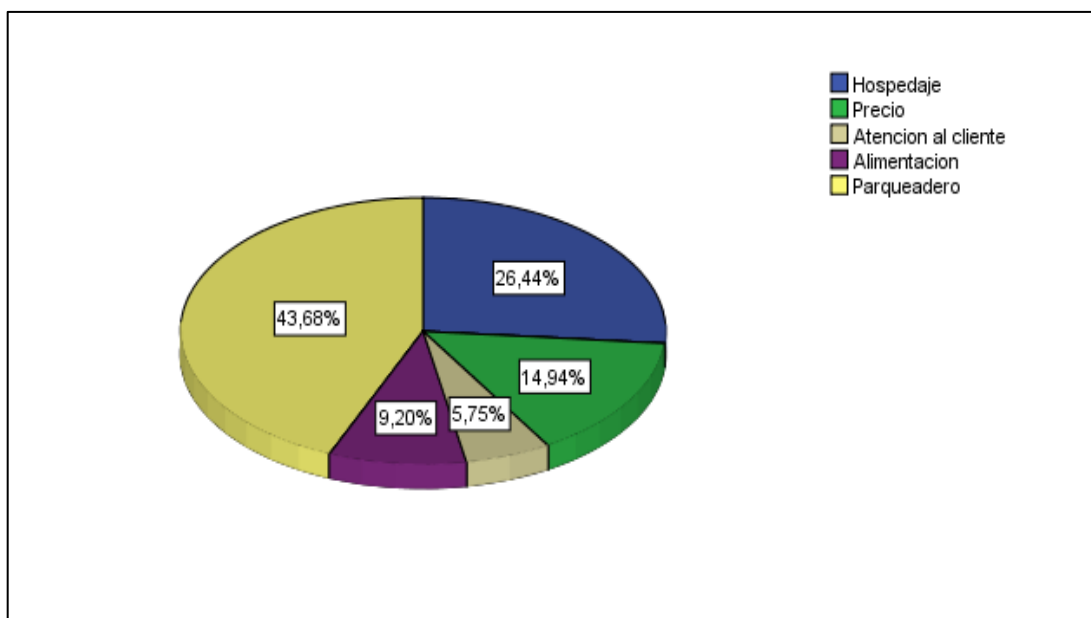
Tabla 30: Debería mejorar el servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hospedaje	23	26,4	26,4	26,4
	Precio	13	14,9	14,9	41,4
	Atención al cliente	5	5,7	5,7	47,1
	Alimentación	8	9,2	9,2	56,3
	Parqueadero	38	43,7	43,7	100,0
	Total	87	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Gráfico 28: Debería mejorar el servicio.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

El principal inconveniente que han presentado los turistas, el 44% concuerda que se debería mejorar en el aspecto de los parqueaderos, ya que el 26% menciona que debería mejorar en el hospedaje, el 15% mencionan en el precio, el 6% podría ser en atención al cliente y por último el 9% mencionan en alimentación.

Interpretación de datos:

La falta de señalización para los pocos parqueaderos existentes y hace que los visitantes no puedan hacer su parada y que disfruten de todos los servicios existentes, principalmente en la parroquia Salasaka que afirma en la atención al cliente.

Pregunta: 10.- ¿En qué considera usted que debería estar basado un plan de promoción turística que permita incrementar los ingresos de los gestores turísticos de la parroquia Salasaka?

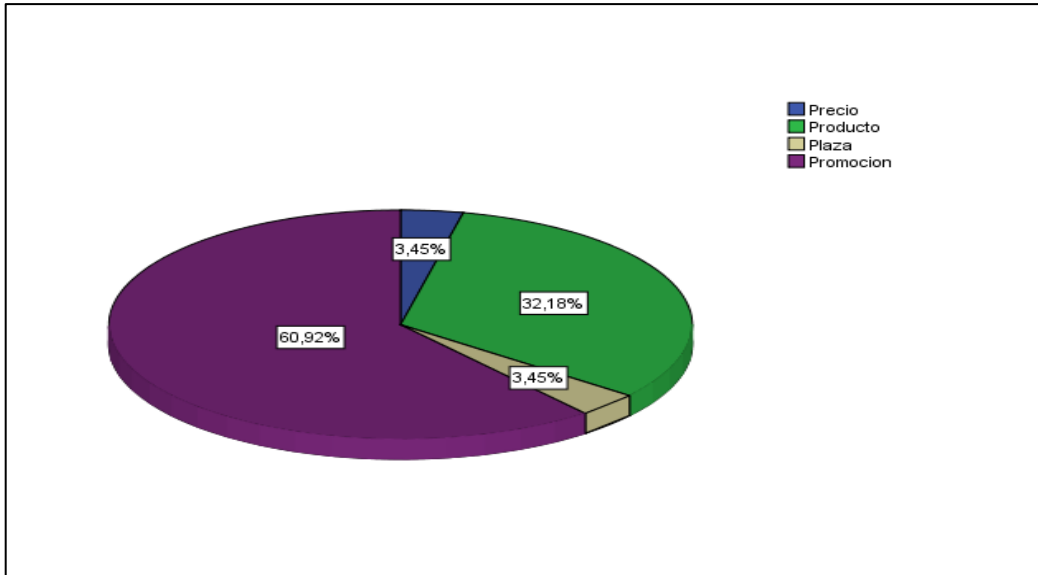
Tabla 31:En que debería ser basado un plan de promoción turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Precio	3	3,5	3,5	3,4
Producto	28	32,2	32,2	35,6
Plaza	3	3,4	3,4	39,1
Promoción	53	60,9	60,9	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente:Encuesta

Gráfico 29: En que debe ser basado un plan de promoción turista.



Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis de los Resultados:

De igual manera en lo referente al plan de promoción turística mencionan el 61% de los gestores turísticos menciona que debe ser basado en la promoción, seguido de un 32% que dice en el producto que se ofrezca, luego un 4% manifiesta que debería ser de acuerdo al precio y finalmente un 3% dice en la plaza.

Interpretación de datos:

Sin duda alguna para vender el servicio y que este resulte ser muy cotizado, es de aumento importante de la promoción y publicidad del mismo, ya que por medio de los turistas nacionales e internacionales alcanzarán conocer los productos y servicios que se proporcionan en la parroquia Salasaka, sin dejar a un lado la calidad y el buen trato al visitante.

Luego de haber analizado los resultados e interpretado los datos de la encuesta dirigida a los turistas nacionales y extranjeros en la parroquia Salasaka, se ha practica del turismo permite mejorar la calidad de vida de quienes viven de esta actividad económica siempre y

cuando se lo realice planificada mente y preservando los recursos naturales y culturales del pueblo.

De esta manera, la población establece que su calidad de vida es baja debido a que la afluencia de turistas es mínima, motivo por lo cual sus ingresos mensuales no superan el salario básico unificado retardando el desarrollo local.

5.6.2 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Recordemos que la hipótesis ha sido formulada en los términos siguientes: “El impacto socio- económico influyen directamente en el turismo en la parroquia Salasaka”. Consecuentemente para su validación aplicaremos la prueba Chi- cuadrado sobre la siguiente tabla de contingencia que recoge las repuestas relacionadas de las respectivas encuestas discutidas anteriormente, sobre la percepción que los turistas. Entonces, de lo que se trata es probar si la proporción de respuestas en las categorías que definen los beneficios es igual para los turistas y los los propietarios de restaurantes, artesanos, productores, cooperativas de transportes en la parroquia Salasaka.

5.6.3 Estimar Estadísticos

En verificación del hipótesis anteriormente señala, las siguientes preguntas:

Con el propósito de comprobar la hipótesis establecida del presente investigación se utiliza la prueba de Chi Cuadrado que admite determinar, si el conjunto de frecuencias observadas se ajustan al conjunto de frecuencias esperadas, para ello se aplica la fórmula:

5.6.4 Planteo de Hipótesis

H₀: El turismo comunitario No influye en la calidad de vida de los gestores turísticos de la parroquia Salasaka, cantón Pelileo.

H₁: El turismo comunitario influye en la calidad de vida de los gestores turísticos de la parroquia Salasaka, cantón Pelileo.

Variable de Hipótesis

VI: Impacto socio – económico

VD: Turismo en la parroquia Salasaka.

5.6.5 Estimar E

VI: ¿Ha sido partícipe del turismo comunitario que ofrece la parroquia Salasaka?

VD: ¿Existe bienestar social en los gestores turísticos en la parroquia Salasaka, entendiéndolo al mismo como la existencia de tranquilidad y satisfacción humana?

Con el propósito de comprobar la hipótesis establecida de la presente investigación se utiliza la prueba estadística de Chi cuadrado que permite determinar si el conjunto de frecuencias esperadas, y para ello se aplica la fórmula:

$$\mathbf{X^2} = \sum \frac{(\mathbf{O}-\mathbf{E})^2}{\mathbf{E}}$$

Dónde:

$\mathbf{x^2}$ = Chi cuadrado

Σ =Sumatoria

O= Frecuencias Observadas

E=Frecuencias Esperadas

4.2.3. Nivel de significancia y regla de decisión

$$\mathbf{gl} = (\mathbf{filas} - 1)(\mathbf{columna} - 1)$$

$$\mathbf{gl} = (2 - 1)(5 - 1)$$

$$\mathbf{gl} = 4$$

Nivel de significación: 0,05

Grados de libertad = 4

Se acepta la H_0 si $\mathbf{X^2c}$ es $<$ a $\mathbf{X^2t}$ con α 0.05 y 2 gl.

Entonces, se acepta la H_0 si el valor de chi cuadrado a calcularse es menor a 9,48 con 4 grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05.

5.6.6 Calculo Chi cuadrado χ^2

Frecuencias observadas

Tabla 32: Matriz de Frecuencias Observadas

PREGUNTAS	Turistas Nacionales y Extranjeros					Total
	Si	No	Una vez	Más de una vez	Ninguno	
2.- ¿Ha sido partícipe del turismo comunitario que ofrece la parroquia Salasaka?	68	168	30	57	47	370
10. ¿Considera usted que falta promocionar el turismo de la parroquia Salasaka?	289	36	27	12	6	370
Total	357	204	57	69	53	740

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Tabla 33: Matriz de Frecuencias Esperada.

PREGUNTAS	Turistas Nacionales y Extranjeros					Total
	Si	No	Una vez	Más de una vez	Ninguno	
2.- ¿Ha sido partícipe del turismo comunitario que ofrece la parroquia Salasaka?	178,50	102,00	28,50	34,50	26,50	370,00
10. ¿Considera usted que falta promocionar el turismo de la parroquia Salasaka?	178,50	102,00	28,50	34,50	26,50	370,00
Total	357,00	204,00	57,00	69,00	53,00	740,00

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Encuesta

Cálculo del Chi cuadrado

Tabla 34: Prueba de hipótesis Chi Cuadrado

O	E	O-E	(O - E)²	(O - E)²/E
68	56,50	11,50	132,25	2,34
168	116,00	52,00	2704,00	23,31
30	94,00	-64,00	4096,00	43,57
57	62,50	-5,50	30,25	0,48
4	41,00	-37,00	1369,00	33,39
45	56,50	-11,50	132,25	2,34
64	116,00	-52,00	2704,00	23,31
158	94,00	64,00	4096,00	43,57
68	62,50	5,50	30,25	0,48
35	41,00	-6,00	36,00	0,88
X² (Chi cuadrado calculado)				173,69

Elaborado Por: Lorenza Pilla Jerez (2019)

Fuente: Matriz de Frecuencias Observadas y Esperadas

Decisión final

Sabiendo que el chi cuadrado es de **173,69** y es un valor superior al chi cuadrado tabular, es decir, de **9,48** automáticamente se rechaza la hipótesis nula aceptando la hipótesis alternativa, que dice: “El Turismo influye a los gestores turísticos de la parroquia Salasaka, cantón Pelileo” .

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez finalizado el análisis y la interpretación de datos se llega a establecer las siguientes conclusiones y recomendaciones.

6.1 CONCLUSIONES

Luego de haber analizado e interpretado los resultados se concluyen:

- Mencionado que el impacto es un factor para el desarrollo socio-económico del turismo en la parroquia Salasaka al ser una herramienta generando de empleo. En conclusión podría decir que las encuestas que obtuve mencionan que el 77% es más importante que por medio de los turistas pueden mejorar su nivel de vida de la parroquia Salasaka generando sus beneficios económicos, el 14% afirma que no, el 6% confiesa siempre, el 3% menciona casi siempre mejoraría el nivel de vida de la parroquia Salasaka.
- El turismo es una herramienta que posibilita la dinamización de la economía de la parroquia Salasaka, a través de la oferta de bienes y servicios turísticos diseñados por las propias comunidades, sin olvidar la conservación de su patrimonio cultural.
- El Impacto socio-económico del turismo afecta directamente a los ingresos de los gestores turísticos de la parroquia Salasaka, ya que las diversas actividades que ellos proponiendo cumplen con su debida planificación. En conclusión podría decir que en esta investigación fue identificado a los turistas nacionales e extranjeros que el 93% de total encuestados mencionan que deberían de mejorar los ingresos de familia, el 14% de la parroquia aquellos que son consecutivas a la actividad turística que genera fuente de trabajo, mientras para el 10% permite conocer gente, el 7% menciona servicio de recreación y finalmente el 6% mejora la educación.

Esto quiere decir que es viable la investigación de acuerdo a las encuestas realizadas en la parroquia Salasaka.

- Los gestores turísticos en la parroquia Salasaka no cuentan con un plan de promoción turística que certifica no solo en el aumento de sus ingresos económicos, sino también en la existencia de un pueblo indígena que desea reivindicar sus derechos, los cuales son reconocidos por muchos países pero muy poco respetados por la mayoría. La parroquia Salasaka cuenta con una diversidad de los atractivos turísticos naturales y culturales que se detallaría a continuación:

Los principales atractivos turísticos naturales que son:

1. El Kinlly Urku
2. El Cerro de Teligote
3. Kury Pukyu
4. Punta Rumi

Los principales atractivos turísticos culturales que son:

1. Feria artesanal Salasaka
2. Feria artesanal, cultural y turística Kayak Raymi.
3. Museo cultural Salasaka.
4. NitónCruz

6.2 RECOMENDACIONES

En base a los resultados de la investigación de campo se recomienda:

- Se requiere impulsar el turismo comunitario en la parroquia Salasaka, cantón Pelileo, con ello se beneficiaría a la parroquia porque se crearían fuentes de trabajo que dinamizaría la economía de sus habitantes.

- Instituir estrategias turísticas que permitan mejorar significativamente en la práctica del turismo que es una fuente de vida y orgullo de los gestores turísticos del pueblo indígena milenarias Salasaka.
- Planear correctamente las diversas actividades que ofertan los turistas, capacitándose en diversas áreas como atención al cliente, guianza turística, gastronomía, creando fuentes alternativas de ingresos través del fomento del turista en la parroquia Salasaka, conservando su vestimenta e idioma, ya que la convivencia e intercambio culturales son de mayor atractivo de los turistas, al mismo tiempo se evitaría la pérdida de su identidad cultural.
- Plantear un plan de promoción turística que permita aumentar los ingresos económicos de los gestores turísticos de la parroquia Salasaka, admitiendo a los mismos mejorar su calidad de vida, ya que de esta manera incrementaría la influencia de turistas y así la localidad se convertiría en una nueva iniciativa de destino turístico a nivel nacional e internacional promoviendo el desarrollo local. En la parroquia Salasaka se debería implementar y enfatizar el conocimiento acerca de los atractivos turísticos tanto naturales y culturales porque se convierte en una alternativa económica importante por los diversos beneficios que origina.

7. LA PROPUESTA

7.1 Datos Informativos

7.1.1 Tema:

Diseño de un plan de promoción turística que permita incrementar el nivel de ingresos económicos, para los gestores turísticos de la parroquia Salasaka, cantón Pelileo.

7.1.2 Institución Ejecutora:

- Universidad Técnica de Ambato, Facultad Ciencias Administrativa, Carrera de Organización de Empresas.

7.1.3 Beneficios

Gestores turísticos de la parroquia Salasaka.

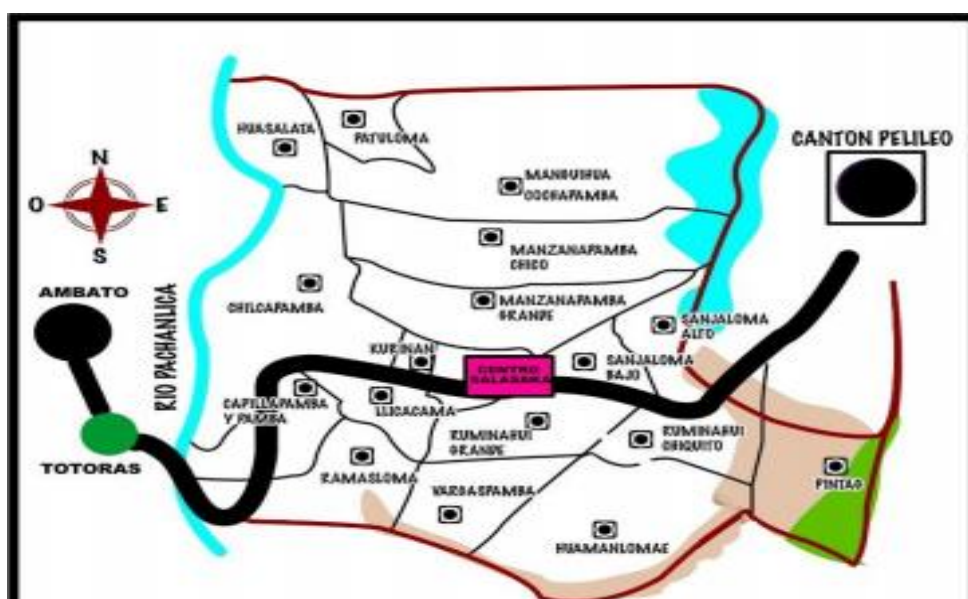
7.1.4. Ubicación:

Provincia: Tungurahua

Cantón: Pelileo

Parroquia: Salasaka

Gráfico 30: Mapa de distribución de la parroquia Salasaka



Elaborado Por: Plan de Desarrollo del Pueblo Salasaka año (2012)

7.1.5. Tiempo de Ejecución

El presente proyecto de investigación se ejecutará posterior a la presentación de la propuesta.

7.1.6. Responsables

Autor: Lorenza Pilla Jerez

Tutor: Ing. Mg. William Fabián Teneda Llerena.

7.2. Antecedentes de la Propuesta

En base a un amplio estudio realizado en la presente investigación, se confirmó que los niveles de ingresos económicos de los gestores turísticos de la parroquia Salasaka son mínimos, siendo este el problema central de los mismos, ya que los ingresos percibidos por el turismo comunitario no exceden el salario básico unificado lo que significa que no pueden satisfacer sus necesidades al no cubrir el precio de la canasta básica, lo cual

conlleva a una baja calidad de vida de las familias cuya actividad económica es la explotación del turismo en la parroquia Salasaka.

De igual manera a través de la aplicación de una encuesta estructurada dirigida a quienes practican esta relevante actividad económica se pudo conocer la realidad de la población permitiendo esto la comprobación de la hipótesis y la consecución de las conclusiones y recomendaciones en donde se vio la necesidad de diseñar un plan de promoción turística que permita dar a conocer a este pueblo indígena milenario lleno de arte, cultura y tradición a todos los turistas nacionales e internacionales que gustan de la actividad turística.

El trabajo investigativo de Chasiluisa(2012)denominado que el plan de desarrollo turístico comunitario para la parroquia de Tumbabiro, cantón Urcuquí, provincia de Imbabura”, se realiza un amplio estudio de campo con el fin de mejorar el desarrollo económico en todo el sector, ya que actualmente los turistas se concentran solamente en ciertas comunidades, ocasionando que las demás sean olvidadas estancándose económicamente en este ámbito, esto debido principalmente a la mala distribución del flujo turístico.

Ciertamente, la parroquia de Tumbabiro al igual que Salasaka ofertan gran variedad de atractivos turísticos, recursos naturales con historia propia y diferentes manifestaciones ancestrales y culturales que enriquecen su identidad.

De igual manera, el trabajo investigativo de Mintur (2017) llamado “Diseño de un plan de promoción turística de la Comuna Barcelona, Parroquia Manglar alto en la provincia de Santa Elena con enfoque a la producción y tratamiento de la Paja Toquilla”, es una investigación amplia en la cual se hace alusión a la principal actividad económica a la que se dedica la población investigada, que es el cultivo y procesamiento de la paja toquilla que se utiliza para la elaboración del famoso sombrero ecuatoriano, conocido internacionalmente como Panama Hat. Varias entidades públicas como el Ministerio de Turismo y el Consejo Provincial de Santa Elena han querido promover el turismo mediante su difusión pero sin tomar en cuenta a las pequeñas parroquias como lo es Barcelona a pesar de poseer varias riquezas que ofertar a los turistas.

Por ende, habitantes de la comuna Barcelona consideran muy necesario la promoción y difusión del mismo, para dar a conocer el principal atractivo turístico que es el cultivo, producción y procesamiento de la Paja Toquilla de manera artesanal para la fabricación de sombreros, bolsos y otras artesanías a base de este material, contribuyendo al desarrollo socio-económico de toda la comunidad en mención.

Finalmente, cabe recalcar que promocionar un sitio turístico poco conocido, mediante medios de comunicación idóneos aumentará la afluencia de turistas de todo lado, lo cual contribuirá con el desarrollo de quienes habitan en ese lugar, permitiendo mejorar sus condiciones de vida. Tierra (2012)

7.3 Justificación

El turismo comunitario, luego de la agricultura en la Parroquia Salasaka, es una actividad económica que podría generar considerables ingresos económicos para sus habitantes, debido a que esta población posee los recursos naturales, así como también culturales que se requiere para la práctica del mismo. Sin embargo, al no existir la debida promoción sobre todo lo que se oferta en este pueblo indígena, hace que turistas nacionales e internacionales desconozcan la zona.

Por consiguiente, el diseño de un plan de promoción turística es de suma importancia, ya que por medio de ello varios visitantes podrán conocer otro sitio de destino turístico y disfrutar de todos los servicios que ofrecen quienes habitan en la parroquia, incrementando así la afluencia de turistas y por ende sus ingresos económicos, mejorando la calidad de vida de muchas familias Salasakas.

Los principales beneficiarios de la presente propuesta son los restaurantes, artesanos, asociaciones, cooperativas de transportes que practican esta actividad económica en el sector, además de todos quienes trabajan de manera directa e indirecta en los servicios turísticos de la localidad.

Bajo estos antecedentes, la propuesta establecida de alguna u otra manera ayuda a resolver el problema principal de los gestores turísticos, es decir, los bajos niveles de ingresos.

7.4 Fundamentación Teórica

Planeación

La planeación es el proceso de anticipar los eventos futuros y determinar las estrategias para lograr los objetivos organizacionales en el futuro.

Planeación estratégica

Según González Monreal (2011) la planeación estratégica es el proceso gerencial de crear y mantener un equilibrio entre los objetivos y los recursos de la organización y las oportunidades del mercado en evolución. La meta de la planeación estratégica es la rentabilidad y el crecimiento a largo plazo.

Promoción

De acuerdo Codespa (2016) la promoción es una actividad destinada a la información, la persuasión y la influencia sobre el cliente, en la cual se incluyen las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales, y otros medios, entre los que se incluye, también, las relaciones públicas, cuando éstas se encuentran integradas al proceso de marketing.

Turismo

Para Panosso Netto (2015) es conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes por un periodo de tiempo constante menor a un año, con fines de negocios y motivo.

El ciclo del Turismo

Según Noelia (2011) el sujeto turista en su desplazamiento hacia el sujeto receptor va acompañado de unos bienes económicos que le permiten gozar y utilizar otros bienes, a los que se les atribuye, también, naturaleza económica. Los bienes económicos del turista se expresan en dinero, que es el agente de cambio para la obtención de particulares bienes económicos denominados bienes turísticos.

El plan de Marketing

Es la guía de acción que recoge todas las actuaciones que va a llevar a cabo la empresa para el cumplimiento de sus objetivos. Es la parte más esencial y básica en el proceso de la gestión empresarial y se realiza desde la alta dirección de las empresas.(Camacho, 2016)

El comportamiento económico del turismo

Según Toselli (2016) el sujeto turístico en su desplazamiento hacia el sujeto que va acompañado de unos bienes económicos que consienten gozar y utilizar otros bienes, a los que se les atribuye en la económica. Y los bienes económicos del turista se dicen lo bienes económicos designan bienes turísticos.

Demanda turística

La demanda turística es el conjunto de servicios positivamente solicitador por un demandante o consumidor, a la cantidad de productos turísticos demandados.(Jimenez, 2014)

Oferta turista

Es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinados precios. (Jimenez, 2014, pág. 107)

Producto Turístico

Segun Jimenez (2014, pág. 141) este producto turístico se debe mirar desde el por tanto, una suma de oferta turísticas, una variedad de atractivos y de servicios turísticos, un conjunto de productos.

Política de producto

Es la política de producto que traslada a la empresa a cuidar de sus productos o servicios, también diversificación y a crear nuevos productos.(Cabarcas, 2017, pág. 205)

Marketing Mix

El marketing mix constituye la base del plan de marketing. Para ellos se utilizan un serie de instrumentos conocidos como los cuatro P del marketing, que son: la política de producto, precio, distribución y la política de promoción.

Política de distribución

Esta política tiene un papel estratégico fundamental, ya que de ella depende que el producto o servicio llegue al segmento de mercado adecuado, en el momento justo.

Política de promoción

Para Cabarcas (2017, pág. 207) la promoción es un incentivo ajeno al servicio e independiente de la publicidad y aunque por reglas en general, no hay promoción sin publicidad. Por lo tanto la publicidad informa, motiva y vende; la promoción, simplemente, impulsa la venta.

Política del precio

El precio es algo más que un valor de intercambio, es un componente que no se puede considerar individualmente, sino que se debe considerar en relación a otros aspectos del marketing mix.

Política del producto

Es la política que lleva a la empresa a cuidar se sus productos o servicios, también a diversificarlos y a crear nuevos productos que sustituyan a los que van envejeciendo.

Política del precio

El precio es algo más que un valor de intercambio, es un componente que no se puede considerar individualmente, sino que se debe considerar en relación a otros aspectos del marketing mix.

Política de distribución

Esta política tiene un papel estratégico fundamental, ya que de ella depende que el producto o servicio llegue al segmento de mercado adecuado, en el momento justo.

7.4.1 PLAN PROMOCIÓN

7.4.2 Análisis situacional del turismo comunitario de la parroquia Salasaka.

7.5 Breve reseña histórica

Según Cabarcas (2017, pág. 206) el turismo comunitario hace décadas atrás ha sido practicada por centenas de habitantes de la parroquia Salasaka a pesar de no ser denominada de esa manera, pero ante la mínima presencia de turistas y por el bajo nivel de ingresos han optado por dedicarse a otras actividades muy distintas.

Sin embargo, actualmente hay varias personas denominadas “gestores turísticos” que viven de esta actividad económica de gran relevancia, brindando paquetes turísticos completos a los visitantes que comprende el hospedaje, en hostales característicos de la zona, alimentación con gastronomía típica de la parroquia, transporte, guianza, visita a los llamados lugares sagrados con historia de hace miles de años, convivencia cultural, demostración de costumbres, tradiciones y ritos ancestrales, todo esto con el objetivo de

establecer una comunicación y transmisión de saberes entre el anfitrión y el visitante compartiendo experiencias de ambas culturas. (Cabarcas, 2017, pág. 207)

Otro de los aspectos primordiales que genera esta actividad son los beneficios adquiridos que abarcan varios ámbitos, así, en lo económico permite obtener ingresos a más de disminuir la migración generando fuentes de empleo, de esta manera contribuye a la mejora del nivel de vida de la población local.

En lo social, con la constante afluencia de turistas compromete a la mejora continua de la infraestructura por autoridades locales de turno. Además el turismo comunitario involucra a toda la comunidad y a personas mayormente desfavorecidas como son los adolescentes, mujeres y adultos mayores.

Finalmente, en el ámbito cultural permite que pobladores de la localidad mantengan y valoren sus costumbres y tradiciones ancestrales que son de mayor atractivo para los turistas nacionales e extranjeros.

7.5.1 Plan de Promoción turística

Para el diseño de un plan de promoción turística es necesario establecer la misión, visión del plan, así como también el análisis FODA de Salasaka con respecto a la actividad turística.

7.5.2 Misión

Dinamizar la actividad turística en la parroquia Salasaka, aumentando el número de visitantes que disfruten de recursos naturales y culturales que posee la localidad, implementando estrategias efectivas de promoción con el fin de incrementar los ingresos económicos de los gestores turísticos.

7.5.3 Visión

Convertir a la parroquia Salasaka en un lugar reconocido a nivel nacional e internacional como un destino de turismo comunitario, que brinda de manera eficaz y eficiente sus servicios ofertados.

7.5.4 Análisis FODA

Se lo identificara los aspectos internos y externos de la parroquia Salasaka, con respecto al turismo comunitario.

Tabla 35: Análisis FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDAD	AMENAZA
FACTORES INTERNOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conservación de su propia cultura, tradición, saberes y prácticas ancestrales que se transmiten de generación en generación. 2. Preservación de los denominados “lugares sagrados” 3. Desarrollo del festival pluricultural Tzawar Mishky que contribuye a la afluencia de turistas. 4. Exposición de las artesanías en la Feria artesanal y Kayak Raymi de Salasaka. 5. Realización de varias 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La infraestructura de la parroquia es deficiente. 2. Poca promoción como destino turístico. 3. La desaparición de los llamados telares para el elaboración de tapices. 4. Falta de coordinación entre autoridades de la parroquia para la ejecución de proyectos. 5. Baja capacidad productiva de los suelos por 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Reconocimiento oficial como pueblo Salasaka. 2) Presencia de turistas nacionales e internacionales que dinamiza al turismo. 3) Las existencias de establecimientos de cooperación nacional e internacionales que dinamizan el turismo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objetividad de un acelerado procesos de aculturación especialmente en la parroquia joven mayormente en el género masculino. 2. El irrespeto a la cultura indígena, mediante de la discriminación racial por la vestimenta, el idioma, el color de piel, lo que impide la valoración cultural. 3. La pérdida de recursos por la falta
FACTORES EXTERNOS				

	celebraciones, siendo la más representativa el Inti Raymi, en adoración al Dios Sol.	inadecuadas prácticas Agrícolas.		de promoción turística.
--	--	----------------------------------	--	-------------------------

Elaborado por: Lorenza Pilla (2019)

7.5.5 Estrategia turística de comercialización

Según Cañizares (2014) con el objetivo de mejorar los niveles de ingresos económicos de los gestores turísticos de la parroquia Salasaka mediante la promoción de la localidad, se han establecido estrategias turísticas de comercialización basadas en los elementos del Marketing Mix que son producto, precio, plaza y promoción, en donde se establece la estrategia, el objetivo a alcanzar, las acciones que se pueden realizar para llegar a esa meta y el responsable del cumplimiento de dicha medida.

7.5.6 Estrategias de Producto

Las estrategias del servicio ofertado, es decir, de los turismo comunitarios sugeridos son los siguientes:

Tabla 36. Estrategias de producto

ESTRATEGIA	OBJETIVO
1. Ofrecer al turista varias opciones de atractivos naturales y culturales.	Posicionar a Salasaka en una opción de destino turístico.
2. Capacitación continua a los gestores turísticos de la parroquia, en aspectos que mejoren el servicio brindado.	Ofrecer atención de calidad con eficiencia y eficacia a turistas que visitan la parroquia.
3. Mejorar la infraestructura turística de la parroquia.	Brindar al turista atractivos que llamen la atención de los mismos, para que en lo posterior sean recomendados a otros.

Elaborado por: Lorenza Pilla (2019)

7.5.6 Estrategias de Precio

Los precios a los que se ofertan las actividades naturales y culturales juegan un papel importante al momento de decidir la compra, ya que muchas veces en lo que primero se fija el cliente es en el costo del servicio, por ende se plantea las siguientes estrategias:

Tabla 37: Estrategias de precio

ESTRATEGIA	OBJETIVO
1. Ofrecer descuentos en los precios desde cierto número de visitantes.	Incrementar el número de visitantes a la parroquia con incentivos en la disminución del precio.
2. Presentar precios estratégicamente.	Incentivar la adquisición de los servicios.

Elaborado por: Lorenza Pilla (2019)

7.5.7 Estrategias de Plaza

Con la finalidad de abarcar otros mercados para la presentación de los servicios del turismo de la parroquia Salasaka, se plantea estrategias de ventas directas e indirectas.

Tabla 38: Estrategias de Plaza

ESTRATEGIA	OBJETIVO
1. Realizar la venta de los servicios del turismo comunitario de forma directa.	Extender la población objetivo con miras al mercado internacional.
2. Crear alianzas estratégicas con operadoras y agencias de viajes a nivel nacional e internacional para la comercialización del producto turístico.	Incrementar el número de visitantes a la parroquia.
3. Mejorar las vías de acceso a los lugares turísticos de la parroquia Salasaka.	Facilitar el acceso de los turistas a la parroquia.
4. Captación de nuevos segmentos de mercado.	Extender el servicio ofertado a nivel nacional e internacional.

Elaborado por: Lorenza Pilla (2019)

7.5.7 Estrategias de Promoción

Promocionar el turismo de una zona específica es de vital importancia para que posibles turistas conozcan el lugar e inducirles para que visiten la misma. Por ende se establece las siguientes estrategias para difundir y dar a conocer todos los atractivos que oferta la parroquia Salasaka.

Tabla 39: Estrategias de promoción

ESTRATEGIA	OBJETIVO
1. Difundir todos los atractivos culturales y naturales de la parroquia, a través de los diferentes medios de comunicación.	Dar a conocer a turistas nacionales e internacionales todo los atractivos turísticos que tiene Salasaka.
2. Ofrecer incentivos a los consumidores.	Hacer que el turista regrese nuevamente a la parroquia.

Elaborado por: Lorenza Pilla (2019)

7.6 Demanda

Según Martínez (2011) la demanda turística puede ser definida de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, aunque tiene, no obstante unas características que la diferencian de la demanda de aquellos, otros bienes o servicios no turísticos, las cuales se deben tener en cuenta para no crear en simplificación y para evitar posibles errores futuros de planificación que se podrían producir por el hecho de obviarlas.

En los aspectos que más han llamado la atención a los visitantes de la parroquia han sido el mantenimiento de su identidad cultural y el trato amable de los habitantes, por ende los ingresos que genera esta actividad económica consentiría el mejoramiento de sus condiciones de vida, ya que el valor que están dispuestos a pagar por los paquetes turísticos completos personifican un rubro significativo para los gestores turísticos.

7.6.1 Oferta

La oferta turística comprende bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y usuarios son principales turísticas.

Por lo tanto, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecer como oferta turística.

- Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas.
- Estos establecimientos deberían vender sus productos para uso final en zonas turísticas, por lo tanto la mayoría de sus clientes sean turistas.

7.6.2 Atractivo turísticos ofertados

La parroquia Salasaka cuenta con variedad de atractivo turísticos naturales y culturales y que se detallan a continuación:

7.6.2 Atractivo N° 1: Feria artesanal Salasaka.

- **Categoría:** Manifestación Cultural
- **Tipo:** Etnográfico
- **Subtipo:** Ferias y mercados

Fotos 1: Feria artesanal Salasaka



Fotografía: Lorenza Pilla (2019)

- **Ubicación del Atractivo**

Comunidad Centro Salasaka

- **Descripción del Atractivo**

Feria muy importante que dinamiza el turismo, en la cual se exhibe gran variedad de artesanías realizadas con sus propias manos, lo encontramos todos los días, en gran escala los días sábados y domingos.

- **Temporalidad de acceso**

Todo el tiempo, sin ninguna restricción.

- **Necesidades Turísticas**

Necesita mejor promoción para captar más turistas.

Impactos

- **Impacto Positivo**

Mejora los ingresos económicos de las familias Salasakas.

- **Impacto Negativo**

La disminución de fabricantes de los tapices bien cotizados por extranjeros, en los llamados telares.

7.6.3 Atractivo N° 1: Feria artesanal, cultural y turística Kayak Raymi.

- **Categoría:** Manifestación Cultural
- **Tipo:** Etnográfico
- **Subtipo:** Ferias y mercados

Fotos 2: Feria artesanal Kayak Raymi.



Fotografía:Lorenza Pilla (2019)

- **Ubicación del Atractivo**

Comunidad Llicakama y kapillapamba

- **Descripción del Atractivo**

Se exhibe gran variedad de artesanías, además de las demostraciones del cómo realizar los mismos, de igual manera se realizan presentaciones de música y danza en vivo, los encontramos todos los días, en gran magnitud los días sábados y domingos.

- **Temporalidad de acceso**

Todo el tiempo, sin ninguna restricción.

- **Necesidades Turísticas**

Necesita mejor promoción para captar más turistas.

Impactos

- **Impacto Positivo**

Mejora los ingresos económicos y ayuda a la conservación de su identidad cultural

- **Impacto Negativo**

La falta de difusión a nivel nacional e internacional de esta gran feria artesanal, está ocasionando la desintegración de sus asociados por la poca afluencia de turistas.

Atractivo No. 3: El Museo Cultural Etnológico Salasaka.

- **Categoría:** Manifestación Cultural
- **Tipo:** Etnográfico
- **Subtipo:** Tradiciones ancestrales

Fotos 3: Museo Etnográfico Salasaka



Fotografía: Lorenza Pilla (2019)

- **Ubicación del Atractivo**

Comunidad Centro Salasaka, frente a la Feria artesanal.

- **Descripción del Atractivo**

En una infraestructura de cinco pisos se muestran las diversas fiestas tradicionales y la cultura del pueblo Salasaka, representada en más de cincuenta figuras realizadas a base de arcilla, sigse, adobe, carrizo, cabuya, vestimenta autóctona de la población, entre otros

- **Temporalidad de acceso**

Todo el tiempo, puede ingresar cancelando un valor económico para el mantenimiento del museo.

- **Necesidades Turísticas**

Necesita ser promocionado en diferentes medios de comunicación, pero especialmente necesita propaganda por parte de los comerciantes de la feria artesanal, ya que a este lugar acuden muchos turistas y está frente al museo.

Impactos

- **Impacto Positivo**

Mediante esta demostración se da a conocer a propios y extraños la cultura y tradición de este pueblo milenario, manifestaciones que son transmitidas de generación en generación.

- **Impacto Negativo**

Ante la falta de difusión a nivel nacional e internacional del museo Salasaka, está generando la poca afluencia de turistas que puedan visitar este magnífico sitio y por ende la degradación de esta obra de arte.

Atractivo No. 4: Cerro Nitón o Nitón Cruz

- **Categoría:** Sitio Natural

- **Tipo:** Montaña

Subtipo: Cerro Kinlly Urku

Fotos 4: Cerró Nitón o Nitón Cruz



Fotografía: Lorenza Pilla (2019)

- **Ubicación del Atractivo**

Comunidad Manguihua Cochabamba.

- **Descripción del Atractivo**

En un hermoso mirador de donde se puede visualizar el cantón Pelileo, parte de Ambato, Salasaca y en especial el volcán Tungurahua. Además se puede realizar diversas actividades en compañía de amigos y familiares como el camping y para puentismo gracias a su extensa área y sus fuertes vientos.

- **Temporalidad de acceso**

Todo el tiempo, sin ningún costo.

- **Necesidades Turísticas**

Necesita promoción, mantenimiento de los lugares, rotulación y algún lugar de interpretación donde puedan llegar los turistas.

Impactos

- **Impacto Positivo**

Los deportes extremos son también una opción de turismo que pueden generar fuentes de empleo e ingresos económicos para los habitantes del sector, por ende se puede añadir estas actividades en los paquetes turísticos a ofertar.

- **Impacto Negativo**

Existe gran degradación del suelo por la falta de cultura de los habitantes del sector y de aledaños, ya que arrojan gran cantidad de basura en el lugar, lo que da mal aspecto al turista.

Atractivo No. 5: Sitio sagrado “Kinlly Urku”

- **Categoría:** Sitio Natural – Manifestación Cultural
- **Tipo:** Montaña
- **Subtipo:** Bosque

Fotos 5: Kinlly Urku



Fotografía: Lorenza Pilla (2019)

- **Ubicación del Atractivo**

Comunidad Manguihua Cochabamba

- **Descripción del Atractivo**

Es un cerro nativo del pueblo Salasaka, de donde se realiza la recolección de las flores silvestres para los baños de purificación en la vertiente sagrada denominado “Kury Pukyu”.

- **Temporalidad de acceso**

Todo el tiempo, sin ningún costo.

- **Necesidades Turísticas**

Necesita promoción y mantenimiento de los lugares, además hace falta rotulación y basureros.

Impactos

- **Impactos Positivos**

La existencia de este bosque nativo, crea otra opción de visita para los turistas y permite la valoración e importancia del lugar por los habitantes de Salasaka.

- **Impactos Negativos**

La inexistencia de conciencia ambiental por turistas y habitantes del sector puede destruir la flora que existe en este lugar turístico.

Atractivo No. 6: Sitio sagrado “Punta Romy”

- **Categoría:** Manifestación Cultural

- **Tipo:** Natural

- **Subtipo:**Roca

Fotos 6: Punta Rummy



Fotografía: Lorenza Pilla (2019)

- **Ubicación de atractivo**

Comunidad Huasalata.

- **Descripción de atractivo**

Es una roca aproximadamente de un diámetro de 8 metros, en donde habitantes de la comunidad y turistas acuden para realizar oraciones en petición a su bienestar laboral, social y bienestar humano. Además se cree que quien se quede a dormir en el lugar sueña la ruta exacta del cómo llegar a los Llanganates y encontrar el tesoro perdido de los incas.

- **Temporalidad de acceso**

Todo el tiempo, sin ningún costo.

- **Necesidades Turísticas**

Se requiere mejorar las vías de acceso, así como senderos y señalización turística e implementar basureros.

Impactos

- **Impactos Positivos**

La relevante historia del este sitio sagrado, hace que turistas extranjeros se interesen por visitar el lugar.

- **Impactos Negativos**

El desconocimiento del valor cultural que tiene este sitio sagrado para los habitantes del sector, hace que los turistas especialmente nacionales se burlen del lugar y no consideran un atractivo de interés.

Bibliografía

- Asamblea Nacional, E. (2012). *Constitución de la república del Ecuador: Dada por la Convención nacional reunida en Cuenca, y reformada en Guayaquil por la Asamblea nacional*. Ecuador: Imprenta de J.C. Hernández, 1852.
- Ashworth, J. (2014). *TOURISM, CRITICAL CONCEPTS IN THE SOCIAL SCIENCES*. Estados Unidos: Matter and Selection.
- Cabarcos Novás, N. (2016). *El turismo comunitario en el Ecuador situación y tendencias actuales*. España: Ideaspropias.
- Camacho, L. (2016). *Conceptos básicos en la investigación de mercados*. Mexico: Luzpa.
- Fernandez, M. (2014). *Experiencia Turística en el Ecuador, cifras esenciales del turismo interno y receptivo*. Ecuador: Boletín del Ministerio de Turismo.
- López Valladares, M. (2015). *La capacitación como instrumento potenciador para la gestión comunitaria*. América Latina: Ciencias Sociales.
- Mankiw, G. (2017). *Principios de economía*. Madrid, España: Paraninfo.
- Martínez, R. (2011). *Gestión demanda turística del Ecuador*. Mexico: Turis.
- Orgaz Agüera, F. (2013). *El Turismo Comunitario como Herramienta para el Desarrollo Sostenible de Destinos Subdesarrollados*. Ecuador: Nómadas.
- Panosso Netto, A. (2015). *Teoría Turística*. Latinoamérica: Trillas.
- Pearce, O. (2011). *Desarrollo turístico en la economía. Su planificación y ubicación geográfica*. México: Trillas.
- Ponce, L. E. (2017). *Ministerio de Turismo*. Ecuador: S.A.
- Ritz Colleges, S. (2011). *Entertainment Farming and Agri-tourism. Business management guide*. California: Second.
- Ruiz Hernández, F. (2013). *Etnoturismo o turismo indígena*. Estados Unidos: TurismoIndigen.

- Villacís, E. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Salasaca. Informe final, GAD Municipal del Cantón San Pelileo*. Tungurahua.
- Acerenza, M. (2015). *Promoción turística: un enfoque metodológico*. Mexico: Trillas.
- Acosta Solís, M. (2013). *Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador*. Ecuador: Abya-Yala.
- Aranda, S. B. (2012). La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo. *Revista Cultural y Desarrollo*.
- artesanal, L. a. (2017).
- Asamblea. (2013). *Constitución de la República del Ecuador*. Ecuador: Imprenta Nacional, 2011.
- Asamblea Nacional. (2014). *Constitución política de la República del Ecuador*. Ecuador: Imprenta Nacional.
- Asamblea Nacional de, E. (2017). *Constitucion de la republica del Ecuador*. Guayaquil: Imprenta de J.C. Hernández, 1852.
- Ballesteros Ruiz Esteban . (2013). *Cultura, comunidad y turismo: ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador*. Ecuador: Abya Yala.
- Ballesteros, E. R. (2013). *Cultura, comunidad y turismo: Comunitario en Ecuador*. Ecuador: Abya Yala,2013.
- Bayona Ferro, J. (2013). *La Calidad de vida una defición integradora*. Caribe Colombiano: Elias Said Hung.
- Boncheva , A. (2012). *Medio ambiente y política turística y desarrollo humano*. México: Instituto Nacional de Ecología.
- Bringas R, N. (2014). *El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local en dos comunidades indígenas de Baja*. Toluca, México: El Colegio Mexiquense, A.C.
- Cabanilla, E. (2015). *Impactos culturales del turismo comunitario en ecuador*. Buenos Aires, Argentina: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.

- Cabanilla, E. (2015). *Impactos culturales del turismo comunitario en Ecuador*. España: edu.
- Cabarcas, N. (2017). *Administración de servicios turísticos*. Bogotá, Colombia: Ideaspropias.
- Cañizares, S. S. (2014). *Desarrollo Socioeconómico de las Zonas Rurales con base en el turismo comunitario*. Mexico: Redalyc.
- Castele, M. (2015). *Tourism and Culture in the Age of Innovation: Second International Conference IACuDiT, Athens 2015*. Springer: Springer.
- Cazau, P. (2011). *Administración de servicios turísticos*. Bogotá, Colombia: Ideaspropias.
- Cepal, R. (2011). *La situación laboral desde una perspectiva de género*. Bogotá: Cepal.
- Chasiluisa, R. (2012). *Plan de desarrollo turístico comunitario para la parroquia de Tumbabiro, cantón Urcuquí, provincia de Imbabura*. Ecuador: Facultad de Ciencias Económicas, Quito.
- Codespa, F. (2016). *Modelo de Gestión del Turismo Rural Comunitario*. Lima, Perú: Tirada.
- Díaz Magadán, M. (2014). *Plan de Desarrollo Turístico Comunitario para la Parroquia de Tumbabiro, Cantón. Urcuqui, Provincia de Imbabura*. Imbabura: Septem.
- Dimetro, M. (2014). *Marketing turístico*. España: Vértice.
- Donaire, G. (2014). *Planificación Territorial del Turismo*. Territorial del Turismo: Eureka Media.
- Donaire, G. (2015). *Planificación Territorial del Turismo*. Ecuador: Eureka Media.
- Ecuador. (2011). *Constitución política de la Republica del Ecuador*. Guayaquil: Imprenta Nacional.
- Ecuador. (2011). *Constitución política de la Republica del Ecuador: decretada por la Asamblea nacional*. Guayaquil: Imprenta Nacional.
- Galarza, M. V. (2012). *Gestión turística del patrimonio cultural*. España: Esic.
- Gascón Cañada, J. E. (2016). *El desarrollo y sostenibilidad del Turismo*. Canada: Icaria.

- Gaybor, P. (2017). *Plan de Marketing de Turismo Comunitario del Ecuador*. Quito – Ecuador: FEPTCE.
- Gobierno Parroquial Salasaka. (2017). gob.ec.
- González Monreal, P. (2011). *El turismo como industria cultural*. Cuenca, Ecuador: UNESCO.
- Herrera , L. (2017). *Tutoría de investigación científica*. Mexicana: Palibrio.
- Herrera, L. (2014). *Tutoría de la Investigación Científica*. Ambato, Tungurahua, Ecuador: ed.
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Ecuador: Est.
- INEC. . (2010). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-depoblacion-y-vivienda>. Ecuador: S.a.
- Jimenez, F. (2014). *Teoría turística del turismo*. Bogotá, Colombia.: 2da. edición ed.
- Kunh, T. (2014). *El paradigma es un esquema básico de interpretación de la realidad, que incluye supuestos teóricos generales, leyes, modelos, métodos y técnicas que son adoptados por una comunidad*. Venezuela: Fideas G. Arias Odón.
- La asociación de la feria artesanal salasaka*. (2016). Salasaka: Lusma.
- La Organización , M. T. (2018). *El turismo y su influencia en el sector*. Madrid (España): premios.
- Malaga, D. (2016). *Marketing turístico*. España: Vértice.
- Maldonado, C. (2011). *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- Maldonado, F. (2014). *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. America Latina: serie.
- Marshall, A. (2017). *Guía Oficial de Turismo*. Ecuador: Promomarketing Cromi, S.A.
- Martinez P, W. (2017). *Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible en Ecuador*. Ecuador: s.a.

- Mintur, F. (2017). *Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible del Ecuador*. Ecuador: PLANDETUR.
- Molinar, A. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del gobierno autónomo descentralizado parroquial salasaka*. Tungurahua: S.A.
- Monreal González, P. (2012). *El turismo como industria cultural. Hacia una nueva estrategia de desarrollo turístico*. Cuenca, Ecuador: Caribe de la UNESCO.
- Morales , F. (2017). *Turismo en la economía de Ecuador*. Quito- Ecuador: histórico.
- Morales Morgado, H. (2016). *Turismo comunitario, una nueva alternativa de desarrollo indígena*. America Latina: Antropología Iberoamericana.
- Morcillo , F. (2015). *Economía y turismo*. España: McGraw-Hill Interamericana de España S.L.
- Moreno Cornejo, A. (2011). *Economía Popular y Desarrollo Humano*. Quito- Ecuador: Abya-Yala.
- Morgado, H. (2016). *Turismo comunitario: una nueva alternativa de desarrollo indígena*. Iberoamericana: Electrónica.
- Muñoz Izquierdo, C. (2014). *Educación y Desarrollo Socioeconómico en America Latina*. Caribe. México: Iberoamericana.
- Navarrete Criollo, A. (2013). *La información turística y su aporte al turismo cultural en la Parroquia de salasaka*. Tungurahua: Centro Panamericano de Estudios e Investigaciones.
- Noelia, C. (2011). *Administración de servicios Turísticos*. Bogotá, Colombia:: Ideaspropias.
- OMT. (2015). *Organizacion Mundial del Turismo*. Estados Unidos: Luzma.
- Ordóñez, M. (2012). *Impacto Socio-económico del Turismo Ecuador*. Ecuador: CEPAL, Unidad Mujer y Desarrollo.
- Osorio, J. (2014). *Turismo y cultura: retos y perspectivas en América Latina*. Colombia: U. Externado de Colombia.
- Petrio, M. (2017). *Secretaria Técnica del Frente Social*. Quito: Flacso-Sede Ecuador.

- Pololikashvili, Z. (s.f.).
- Ramirez, A. (2001). *Definicion de Turismo*. Ecuador: S.a.
- Reyes Avila, B. (2012). *Turismo sostenible*. Mexico: IEPALA Editorial.
- Robbins, L. (2011). *Economia del Turismo del Ecuador*. Mexico: S.A.
- Rodríguez Zúñiga, C. (2013). *Los Costumbres y tradiciones indígenas y su impacto en el turismo de la parroquia Salasaca*. Ecuador: Tesis de tercer nivel, Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- Rodriguez, M. (2012). *Los indicadores de la economia Turista*. Mexico: Turist.
- Solá Fayos, E. (2013). *Re-inventando el turismo rural: Gestión y desarrollo sustentable*. America Latina: Forum Natura.
- Telegrafo, E. (2018). *Declaratoria benefica al sector turístico Salasaca*. Ecuador: et.
- Tierra, P. (2012). *Elaboración de estrategias de comercialización para el producto turístico comunitario*. Ecuador: Tesis de maestría en Ecoturismo y Desarrollo Comunitario. ESPOCH.
- Tisdell, M. (2015). *Economia y Turismo*. España: Eco.
- Toala, H. (2014). *Cultura y Turismo Pueblos Indigenas de Tungurahua*. Ambato: MORCED.
- Toselli, C. (2016). *Algunas reflexiones sobre el turismo cultural*. America Latina: Unesco.
- Turismo. (2017). *Fuente de Ministerio del Turismo*. Ecuador: Promomarketing Cromi S.A.
- Turismo., O. M. (2013). *Conclusiones al seminario internacional: Respuestas del turismo mundial a los nuevos retos de la economía global*. Ecuador: Esic.
- Vargas, M. (2012). *Gestión turística de la economia del Ecuador*. Ecuador: Esic.
- Velastigui, M. (2014). *Experiencia Turistica en el Ecuador, cifras esenciales del turismo interno y receptivo*. España: Boletin del Ministerio de Turismo N°2.

ANEXOS

GLOSARIO

SOBRE EL TURISMO

Adecuada.- Administración encargada de registrar la importancia y exportación de bienes y mercancías así, como de percibir las tasas correspondientes.

Alojamiento.- Es el lugar de establecimiento que provee de un espacio para pernoctar puede ofrecer además servicios complementarios.

Agencias de turismo.- Empresas organizadas como sociedad de comercio que se dedica al negocio de viajes y promoción turística, a su vez sirven de intermediarios entre los usuarios y los usuarios y los presentados del servicio turístico.

Cultural.- La suma total del comportamiento y las formas de vivir de un asentamiento de seres humanos que es transmitido de generación en generación.

Destino.- Lugar geográfico al que llega un viajero, sin importarse pernocta o no.

Guianza.- Puede referirse a una publicación impresa o digital que recopila información sobre dichos atractivos turísticos.

Paquete turístico.- Un producto ofrecido al consumidor que incluye al menos 2 elementos de viajes, cargados en el precio final.

Turismo natural.- Viajes cuya principal motivación es la experiencia y cercanía con las naturales.

Visitantes.- Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distintas al de su entorno habitual por una duración inferior a un año con cualquier finalidad Turismo glosario

Ecoturismo.- Viajes ambientales responsables a las áreas naturales con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza que promueva la conservación produzcan un bajo impacto de los visitantes y proporcionen la activa participación socio- económico de la población.

Actividades.- En estadística de turismo es la representación de las personas a la preparación un viaje o duración el mismo como consumidor.

ANEXO No: 1.-ENCUESTA DIRIGIDAS A TURISTAS NACIONALES E EXTRANJEROS QUE VISTAN LA PARROQUIA SALASAKA.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

OBJETIVO: Conocer los gustos y preferencias de los turistas y posibles clientes potenciales del turismo en la parroquia Salasaka.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las siguientes preguntas y marquen con una x la respuesta que usted crea conveniente.

Nombre de Encuestado:

Edad:

Sexo: **Masculino** **Femenino**

Educación:

Primaria **Secundaria** **Universidad**

PREGUNTAS

1.- ¿Cuál es su principal motivo de viaje a la parroquia Salasaka?

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| Visita a familiares o amigos | <input type="checkbox"/> |
| Trabajo | <input type="checkbox"/> |
| Turismo | <input type="checkbox"/> |
| Compra de artesanías | <input type="checkbox"/> |
| Investigación | <input type="checkbox"/> |

2.- ¿Ha sido partícipe de turismo Comunitario que ofrece la parroquia Salasaka?

- | | |
|----|--------------------------|
| Sí | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |

No

Una vez

Más de una vez

Ninguno

3.- ¿Qué aspecto le atrae más de la parroquia Salasaka?

Costumbres y Tradiciones

Infraestructura Turística

Gastronomía

Exhibición de artesanías

Ninguno

4.- ¿Cuánto pagaría por un paquete turístico diario que incluya hospedaje, alimentación, guianza, visita a lugares turísticos y convivencia cultural?

De \$15 a \$30

De \$31 a \$45

De \$46 a \$60

De \$60 en adelante

Ninguno

5.- ¿Cómo considera usted de los servicios turísticos que ofrece la parroquia Salasaka?

Malo

Bueno

Muy bueno

Excelente

Ninguno

6.- ¿Qué aspecto le llamaría más la atención sobre el producto turístico de la parroquia Salasaka?

Precio	<input type="text"/>
Servicio	<input type="text"/>
Amabilidad y buen trato de la gente	<input type="text"/>
Seguridad	<input type="text"/>
Conservación de su identidad cultural	<input type="text"/>

7.- ¿En qué aspectos considera usted que debería mejorar el servicio?

Hospedaje	<input type="text"/>
Precio	<input type="text"/>
Atención al cliente	<input type="text"/>
Alimentación	<input type="text"/>
Parqueaderos	<input type="text"/>
Ninguno	<input type="text"/>

8.- ¿De los siguientes medios de comunicación cuál cree usted que es el más conveniente para promocionar el turismo de la parroquia Salasaka?

Televisión	<input type="text"/>
Radio	<input type="text"/>
Afiches	<input type="text"/>
Agencias de Viajes	<input type="text"/>
Internet	<input type="text"/>
Vallas	<input type="text"/>
Ninguno	<input type="text"/>

9.- ¿Cómo se enteró acerca del turismo que existió en la parroquia Salasaka?

Internet	<input type="text"/>
Diarios	<input type="text"/>
Revistas	<input type="text"/>
	<input type="text"/>

Agencia de Viajes

Ninguno

10. ¿Considera usted que falta promocionar el turismo de la parroquia Salasaka?

Si

No

Siempre

Casi siempre

Ninguno

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!☺

ANEXO NO: 2.- ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS PROPIETARIO QUE OFERTA A LOS GESTORES TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SALASAKA.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS



OBJETIVO: Determinar el impacto socio- económico del turismo permite mejorar las condiciones de vida de la parroquia Salasaka.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las siguientes preguntas marquen con una x la respuesta que usted crea conveniente.

Nombre de Encuestado:

Edad:

Sexo: Masculino Femenino

Educación:

Primaria Secundaria Universidad

PREGUNTAS

1: ¿Cree usted que el turismo mejora el nivel de vida de la parroquia Salasaka generando beneficios económicos?

Si

No

Siempre

Casi siempre

Ninguno

2- ¿Qué son los principales demandantes de los servicios turísticos que usted oferta?

Turistas Nacionales

Turistas Extranjeros

Ambos

Ninguno

3. ¿Piensa usted que, para ofertar los servicios de calidad en el turismo, es necesario primero capacitar a los habitantes de la parroquia Salasaka?

Si

No

Siempre

Casi siempre

Ninguno

4.-. De existir presencia de turistas en que actividad económica usted le gustaría participar?

Generar fuente de trabajo

Mejorar ingresos de Familia

Permitir conocer gente

Servicio de recreación

Mejorar la educación

5.-De llegar turistas Extranjeros en la parroquia Salasaka estaría dispuesto a compartir sus costumbres en?

Trabajo Agrícola

Trabajo artesanal

Trabajo Ganadero

Ninguna

6.- ¿Los ingresos económicos genera por el turismo son divididos equitativamente a los miembros de la organización a la que pertenece?

Si

No

Siempre

Casi siempre

Ninguna

7.- ¿Basándose en su actividad económica relacionada con el turismo cuál es su ingreso mensual?

De \$100 a \$354

De \$355 a \$650

De \$651 a \$950

Ninguna

8.- ¿Existe bienestar social en los gestores turísticos en la parroquia Salasaka, entendiéndose al mismo como la existencia de tranquilidad y satisfacción humana?

Sí

No

Siempre

Casi siempre

Ninguna

9: ¿En qué aspectos considera usted que se debería mejorar el servicio de la parroquia Salasaka?

Hospedaje

Precio

Atención al cliente

Alimentación

Parqueaderos

Ninguna

10.- ¿Considera usted que debe estar basado un plan de promoción turística que permita incrementar los ingresos de los gestores turísticos de la parroquia Salasaka?

Precio

Producto

Plaza

Promoción

Ninguna

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!😊

**ANEXOS No.3.-ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS TURISTAS NACIONALES E
EXTRANJEROS QUE VISITARON LA PARROQUIA SALASAKA**

Estadísticas de elemento			
	Media	Desviación estándar	N
1. ¿Cuál es su principal motivo de viaje a la Parroquia Salasaka?	3,12	1,116	370
2. ¿Ha sido participe del turismo comunitario que ofrece la parroquia Salasaka?	2,59	1,298	370
3. ¿Qué aspectos le atrae más la parroquia salasaka?	2,86	1,423	370
4. ¿Cuánto pagaría por un paquete turístico diario que incluya hospedaje, alimentación, guianza, visita a lugares turísticos y convivencia cultural?	2,61	1,413	370
5. ¿Cómo considera usted los servicios turísticos que ofrece la parroquia salasaka?	2,96	1,106	370
6. ¿Qué aspecto le llamo más la atención sobre el producto turístico de la parroquia Salasaka?	1,78	1,077	370
7. ¿En qué aspecto considera usted que se debería mejorar el servicio?	2,98	1,518	370
8. De las siguientes medios de comunicación. ¿Cuál cree usted que es el más conveniente para el turismo de la parroquia salasaka?	3,48	1,610	370
9. ¿Cómo se entero acerca del turismo que existió en la parroquia salasaka?	2,69	1,408	370
10. ¿Considera usted que falta promocionar el turismo de la parroquia salasaka?	1,41	,882	370

Estadísticas de elemento de resumen							
	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Correlaciones entre elementos	,826	,474	,959	,485	2,024	,015	10

Estadísticas de total de elemento					
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. ¿Cuál es su principal motivo de viaje a la Parroquia Salasaka?	23,34	118,876	,894	,917	,976
2. ¿Ha sido participe del turismo comunitario que ofrece la parroquia Salasaka?	23,88	114,510	,924	,947	,975
3. ¿Qué aspectos le atrae más la parroquia salasaka?	23,60	110,842	,969	,968	,973
4. ¿Cuánto pagaría por un paquete turístico diario que incluya hospedaje, alimentación, guianza, visita a lugares turísticos y convivencia cultural?	23,86	111,370	,956	,972	,974
5. ¿Cómo considera usted los servicios turísticos que ofrece la parroquia salasaka?	23,51	118,408	,924	,919	,975
6. ¿Qué aspecto le llamo más la atención sobre el producto turístico de la parroquia salasaka?	24,68	120,282	,865	,933	,977
7. ¿En qué aspecto considera usted que se debería mejorar el servicio?	23,48	108,966	,966	,964	,973
8. De las siguientes medios de comunicación. ¿Cuál cree usted que es el más conveniente para el turismo de la parroquia salasaka?	22,98	108,694	,911	,968	,976
9. ¿Cómo se entero acerca del turismo que existió en la parroquia salasaka?	23,78	112,418	,920	,943	,975
10. ¿Considera usted que falta promocionar el turismo de la parroquia salasaka?	25,06	127,625	,676	,829	,982

Estadísticas de escala			
Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
26,46	141,875	11,911	10

ANEXOS No.- 4 ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS PROPIETARIOS QUE OFERTAN A LOS GESTORES TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA SALASAKA.

Estadísticas de elemento			
	Media	Desviación estándar	N
1. ¿Cree que el turismo mejora el nivel de vida de la parroquia salasaka generando beneficios económicos?	1,36	,747	87
2. ¿Quiénes son los principales demandantes de los servicios turísticos que usted oferta?	1,98	,549	87
3. ¿Piensa usted que para ofertar los servicios de la calidad en el turismo, es necesario primero capacitar a los habitantes de la parroquia salasaka?	2,24	,927	87
4. ¿De existir presencia de turistas en que actividad económica le gustaría participar?	1,78	1,224	87
5. ¿De llegar turistas extranjeros en la parroquia salasaka estaría dispuesto a compartir sus costumbre en?	1,36	,747	87
6. ¿Los ingresos económicos generados por el turismo son divididos equitativamente entre los miembros de la organización a la que pertenece?	1,22	,492	87
7. Basándose en su actividad económica relacionada con el turismo. ¿Cuál es su ingreso mensual?	1,46	,887	87
8. ¿Existe bienestar social en los gestores turísticos de la parroquia salasaka, entendiéndose al mismo como la existencia de tranquilidad y satisfacción humana?	1,20	,567	87
9. ¿En qué aspecto considera usted que debería mejorar el servicio?	3,29	1,731	87
10. ¿En que considera usted que debería estar basado un plan de promoción turística que permita incrementar los ingresos de los gestores turísticos de la parroquia salasaka?	3,22	1,016	87

Estadísticas de elemento de resumen							
	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Correlaciones entre elementos	,714	,268	,958	,690	3,577	,044	10

Estadísticas de total de elemento					
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. ¿Cree que el turismo mejora el nivel de vida de la parroquia salasaka generando beneficios económicos?	17,74	47,569	,876	,952	,922
2. ¿Quiénes son los principales demandantes de los servicios turísticos que usted oferta?	17,11	50,568	,804	,833	,928
3. ¿Piensa usted que para ofertar los servicios de la calidad en el turismo, es necesario primero capacitar a los habitantes de la parroquia salasaka?	16,85	44,966	,911	,935	,917
4. ¿De existir presencia de turistas en que actividad económica le gustaría participar?	17,31	41,123	,926	,947	,915
5. ¿De llegar turistas extranjeros en la parroquia salasaka estaría dispuesto a compartir sus costumbre en?	17,74	47,662	,867	,943	,922
6. ¿Los ingresos económicos generados por el turismo son divididos equitativamente entre los miembros de la organización a la que pertenece?	17,87	50,995	,841	,883	,928
7. Basándose en su actividad económica relacionada con el turismo. ¿Cuál es su ingreso mensual?	17,63	45,654	,894	,953	,919
8. ¿Existe bienestar social en los gestores turísticos de la parroquia salasaka, entendiéndose al mismo como la existencia de tranquilidad y satisfacción humana?	17,90	50,605	,771	,821	,929
9. ¿En qué aspecto considera usted que debería mejorar el servicio?	15,80	39,694	,663	,887	,950
10. ¿En que considera usted que debería estar basado un plan de promoción turística que permita incrementar los ingresos de los gestores turísticos de la parroquia salasaka?	15,87	47,554	,611	,842	,933

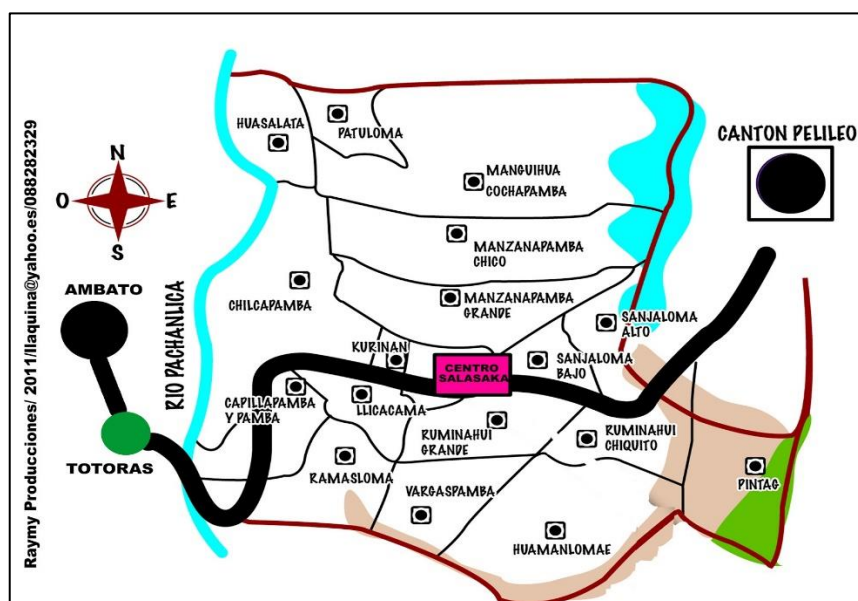
Estadísticas de escala			
Media	Varianza	Desviación estándar	N de elementos
19,09	57,154	7,560	10

Ilustración 1: Plan promocional



Elaborado por: Lorenza Pilla (2019)

Ilustración 2: Mapa de los atractivos Turísticos



Elaborado por: Lorenza Pilla (2019)