



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA ECONOMÍA

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

Tema:

“El turismo y la calidad de vida de los productores de calzado del cantón Cevallos”

Autora: Ulloa Supe, Elizabeth Estefanía.

Tutor: Eco. Vayas López, Álvaro Hernán.

Ambato – Ecuador

2018

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Álvaro Hernán Vayas López, con cédula de identidad No. 1803293727, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“EL TURISMO Y LA CALIDAD DE VIDA DE LOS PRODUCTORES DE CALZADO DEL CANTÓN CEVALLOS”**, desarrollado por Elizabeth Estefanía Ulloa Supe, de la carrera de Economía, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y que corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

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

Ambato, Diciembre 2018

TUTOR



Eco. Álvaro Hernán Vayas López

C.I 1803293727

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Elizabeth Estefanía Ulloa Supe, con cédula de identidad No, 180408230-1, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigativo, bajo el tema: **“EL TURISMO Y LA CALIDAD DE VIDA DE LOS PRODUCTORES DE CALZADO DEL CANTÓN CEVALLOS”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Diciembre 2018

AUTORA



Elizabeth Estefanía Ulloa Supe

C.I 180408230-1

CESIÓN DE DERECHOS

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

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

Ambato, Diciembre 2018

AUTORA



Elizabeth Estefanía Ulloa Supe

C.I 180408230-1

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el proyecto de investigación con el tema: **“EL TURISMO Y LA CALIDAD DE VIDA DE LOS PRODUCTORES DE CALZADO DEL CANTÓN CEVALLOS”**, elaborado por Elizabeth Estefanía Ulloa Supe, estudiante de la Carrera de Economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Diciembre 2018



Eco. Mg. Diego Proaño
PRESIDENTE



Eco. Elsy Álvarez
MIEMBRO CALIFICADOR



Eco. Julio Villa
MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación la dedico principalmente a Dios por darme la vida llenarme de salud haberme dotado de sabiduría para lograr mis metas planeadas, a mi hijo Juan Diego mi angelito lindo que está en el cielo porque sé que él me dio las fuerzas necesarias para superar su perdida y ser una mujer fuerte y luchadora.

A mi madre Martha Supe por darme la vida y ser el pilar fundamental en mi vida, quien me ha motivado a cumplir mi sueño, y sobre todo por haber puesto toda su confianza en mí para culminar mi carrera Universitaria, por apoyarme siempre y estar conmigo en todo momento de mi vida.

A mi padre Fabián Ulloa por todo el apoyo que me brindo a la distancia, a mi hermano Edgar Ulloa por apoyarme en y estar a mi lado en los buenos y malos momentos.

A mi amado esposo Darwin Pérez que con su apoyo, ánimo y amor me apoyo siempre nunca dudo de mí ni de mis logros, por estar conmigo en los malos y buenos momentos por nunca dejarme sola cuando más lo necesite, por ser mi hombro, mi compañero, mi amigo.

Elizabeth Estefanía Ulloa Supe

AGRADECIMIENTO

Agradezco de todo corazón a mi Dios y mi angelito, por bendecirme todos estos días. A mi querida y prestigiosa Alma Mater Universidad Técnica de Ambato por permitirme cumplir mi sueño, que honor para mí haber cursado la carrera de Economía en una de las facultades más prestigiosas como es la Facultad de Contabilidad y Auditoría, donde me supieron formar como persona profesional con valores y ética. Al Economista Álvaro Vayas por brindarme toda la ayuda necesaria para la elaboración de este proyecto investigativo, un agradecimiento muy profundo a toda mi familia por todo su apoyo, a mis queridos docentes que aparte de compartir sus conocimientos han sido amigos para hacer de mí una mejor persona, amiga, mujer y a todos mis compañeros que han sido el soporte durante todo mi periodo académico.

Elizabeth Estefanía Ulloa Supe

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA

TEMA:“TURISMO Y CALIDAD DE VIDA DE LOS PRODUCTORES DE CALZADO DEL CANTÓN CEVALLOS”

AUTORA: Elizabeth Estefania Ulloa Supe

TUTOR:Eco.ÁlvaroHernán Vayas López

FECHA:Diciembre 2018

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación busca analizar la relación existente entre el turismo y la calidad de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos, que permita evidenciar la relación entre las dos variables y la importancia que tiene para la población local. El turismo constituye uno de las actividades de mayor importancia para el desarrollo económico no solo del sector, sino que en muchas ocasiones también para los demás negocios que se encuentran situados en el sector. Para verificar esta tendencia fue necesario realizar una evaluación por medio de una encuesta a los actores de la investigación, y utilizando el estadístico Chi cuadrado fue posible demostrar la relación de las dos variables de estudio, es decir, el turismo no solo mejora la calidad de vida de las personas que se encuentran trabajando en esta rama de actividad económica, sino que también, como en el caso de Cevallos, influye positivamente en otros negocios, y en este caso en el calzado, incluso siendo la principal fuente de ingresos la dada por los turistas que visitan el cantón.

PALABRAS DESCRIPTORAS: TURISMO, CALIDAD DE VIDA, VENTAS, ECONOMÍA.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING
ECONOMICS CAREER

TOPIC:“BUSINESS INSOLVENCY AND THE PROFITABILITY OF THE MERCHANTS OF THE MODEL MARKET SHOE SECTOR”.

AUTHOR: Elizabeth Estefania Ulloa Supe

TUTOR:Eco.Álvaro Hernán Vayas López

DATE:Diciembre 2018

ABSTRACT

This research seeks to analyze the relationship between tourism and the quality of life of footwear producers of the Cevallos Canton, which makes it possible to demonstrate the relationship between the two variables and the importance it has for the local population. Tourism is one of the most important activities for the economic development not only of the sector, but in many cases also for other businesses that are located in the sector. To verify this trend it was necessary to carry out an evaluation by means of a survey of the research actors, and using the Chi square statistic it was possible to demonstrate the relationship of the two study variables, that is, tourism not only improves the quality of life of people who are working in this branch of economic activity, but also, as in the case of Cevallos, positively influences other businesses, and in this case in footwear, even being the main source of income given by the tourists who visit the canton.

KEYWORDS:TOURISM, QUALITY OF LIFE, SALES, ECONOMY.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Justificación.....	1
<i>1.1.1 Justificación teórica.....</i>	<i>1</i>
<i>1.1.2 Justificación metodológica.....</i>	<i>6</i>
<i>1.1.3 Justificación práctica.....</i>	<i>6</i>
<i>1.1.4 Formulación del problema de investigación.....</i>	<i>7</i>
1.2 Objetivos.....	7
<i>1.2.1 Objetivo general.....</i>	<i>7</i>

1.2.2 <i>Objetivos específicos</i>	7
CAPÍTULO II	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1 Revisión de Literatura	8
2.1.1 <i>Antecedentes investigativos</i>	8
2.1.2 <i>Fundamentos teóricos</i>	14
CAPÍTULO III	35
METODOLOGÍA	35
3.1 Recolección de la información	35
3.1.1 <i>Población y muestra</i>	35
3.2. Tratamiento de información	39
3.3. Operacionalización de variables	41
3.3.1 <i>Variable independiente: Turismo</i>	41
3.3.2 <i>Variable dependiente: Calidad de vida</i>	43
CAPÍTULO IV	44
RESULTADOS	44
4.1 Resultados	44
4.2. Verificación de la hipótesis	66
4.3. Limitaciones del estudio	69
CAPÍTULO V	70
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	70
5.1. Conclusiones	70
5.2. Recomendaciones	72
Referencias bibliográficas	73
ANEXOS	77

ANEXO 1.....	77
--------------	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico N 1: Evolución del número de llegadas de turistas internacionales en el mundo entre 1995 y 2017 (en millones)	2
Gráfico N 2: Evolución del consumo turístico interior en el mundo de 2012 a 2028 (en miles de millones de dólares).....	2
Gráfico N 3: Balanza turista en relación al PIB.....	4
Gráfico N 4: Pirámide de Maslow	28
Gráfico N° 5: Género	44
Gráfico N° 6: Edad.....	45
Gráfico N° 7: Estado civil.....	46
Gráfico N° 8: Nivel de instrucción.....	47
Gráfico N° 9: Frecuencia de capacitaciones	48
Gráfico N° 10: Temáticas de las capacitaciones	49
Gráfico N° 11: Apoyo del GAD para espacios publicitarios	50
Gráfico N° 12: Trabajo con junto con el GAD	51
Gráfico N° 13: Beneficio por la llegada de turistas	52
Gráfico N° 14: Actividad preferida de los turistas.....	53
Gráfico N° 15: Clientes por mes	54
Gráfico N° 16: Peso de ventas de los turistas.....	55
Gráfico N° 17: Ventas efectivas de clientes atendidos	56
Gráfico N° 18: Turismo para superación de negocios	57
Gráfico N° 19: Presencia de servicios básicos.....	58
Gráfico N° 20: Asistencia a algún nivel de escolaridad.....	59
Gráfico N° 21: Clase de vivienda.....	60
Gráfico N° 22: Tipo de vivienda.....	61
Gráfico N° 23: Ingresos para una vida saludable.....	62
Gráfico N° 24: Veces que se alimenta al día.....	63
Gráfico N° 25: Turismo y mejora del nivel económico	64
Gráfico N° 26: Ingresos para cubrir gastos	65
Gráfico N° 27: Gráfico chi cuadrado	67

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla N 1: Preguntas básicas	35
Tabla N 2: Población productores de calzado cantón cevallos	36
Tabla N° 3: Nómina de socios.....	38
Tabla N° 4: Operacionalización variable independiente.....	42
Tabla N° 5: Operacionalización variable dependiente	43
Tabla N° 6: Género	44
Tabla N° 7: Edad	45
Tabla N° 8: Estado civil	46
Tabla N° 9: Nivel de instrucción.....	47
Tabla N° 10: Frecuencia de capacitaciones.....	48
Tabla N° 11: Temáticas de las capacitaciones	49
Tabla N° 12: Apoyo del GAD para espacios publicitarios	50
Tabla N° 13: Trabajo con junto con el GAD	51
Tabla N° 14: Beneficio por la llegada de turistas.....	52
Tabla N° 15: Actividad preferida de los turistas	53
Tabla N° 16: Clientes por mes	54
Tabla N° 17: Peso de ventas de los turistas.....	55
Tabla N° 18: Ventas efectivas de clientes atendidos.....	56
Tabla N° 19: Turismo para superación de negocios	57
Tabla N° 20: Presencia de servicios básicos	58
Tabla N° 21: Asistencia a algún nivel de escolaridad.....	59
Tabla N° 22: Clase de vivienda.....	60
Tabla N° 23: Tipo de vivienda	61
Tabla N° 24: Ingresos para una vida saludable	62
Tabla N° 25: Veces que se alimenta al día.....	63
Tabla N° 26: Turismo y mejora del nivel económico	64
Tabla N° 27: Ingresos para cubrir gastos	65
Tabla N 28: Frecuencias observadas y esperadas	66
Tabla N° 29: Cálculo del estadístico.....	67

INTRODUCCIÓN

El tema desarrollado en esta investigación trata sobre “El turismo y la calidad de vida de los productores de calzado del cantón Cevallos” en donde se pretende mostrar su planteamiento, desarrollo y resultados por medios de los siguientes aspectos tratados:

CAPÍTULO I: Se desarrolla la introducción que consta de la justificación: teórica, metodológica, practica, y la formulación del problema de investigación y por último los objetivos: general y específicos.

CAPÍTULO II: En este apartado se describe el marco teórico mediante: la revisión de literatura, antecedentes investigativos y fundamentos teóricos.

CAPÍTULO III: Se detalla la metodología aplicada en esta investigación. Se describe la recolección de la información mediante la población y muestra, el tratamiento de información, la operacionalización de variables tanto independiente como dependiente.

CAPÍTULO IV: En esta sección se presenta los resultados obtenidos de la investigación tratada, así como también la verificación de la hipótesis y las limitaciones de estudio.

CAPÍTULO V: Se detalla las conclusiones y las recomendaciones a las cuales se llegó una vez obtenidos los resultados de la investigación, así como también las referencias bibliográficas utilizadas y los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

1.1.1 Justificación teórica

El desarrollo que ha tenido el turismo en los últimos tiempos como actividad económica ha sido realmente vertiginoso. En poco tiempo ha pasado de ser una actividad que mayormente servía para el disfrute de unos pocos privilegiados a ser una de las industrias más llamativas y que genera una gran cantidad de divisas para la economía de una región, generando dinero y flujos humanos como nunca antes en el pasado.

Para que esto haya ocurrido concluyen una serie de factores muy variables, y hasta la fecha se busca sistematizarlos de tal forma que cada región pueda tomar parte de este mercado de atractivo. Cada día aparecen nuevas ofertas y destinos turísticos que “refleja la realidad de un sector en permanente cambio para adaptarse a nuevos retos y necesidades, en un mercado de carácter global y para unos clientes y trabajadores cada vez más exigentes en sus demandas.” (Osorio, 2008)

En el mundo, los datos reflejan que los turistas han ido incrementándose de forma constante, y se han casi triplicado en los últimos 20 años llegando a situarse en los 1322 millones de personas, una cifra bastante considerable y por lo cual esta actividad ha desplazado a otras actividades como el petróleo o la alimentación en su contribución a la economía del país. (OMT, 2018).

El turismo representa uno de los principales actores actuales del comercio y es una de las principales fuentes de ingreso y empleo en algunas regiones, y no solo de la empresa directa sino de sectores como la agricultura o las telecomunicaciones.

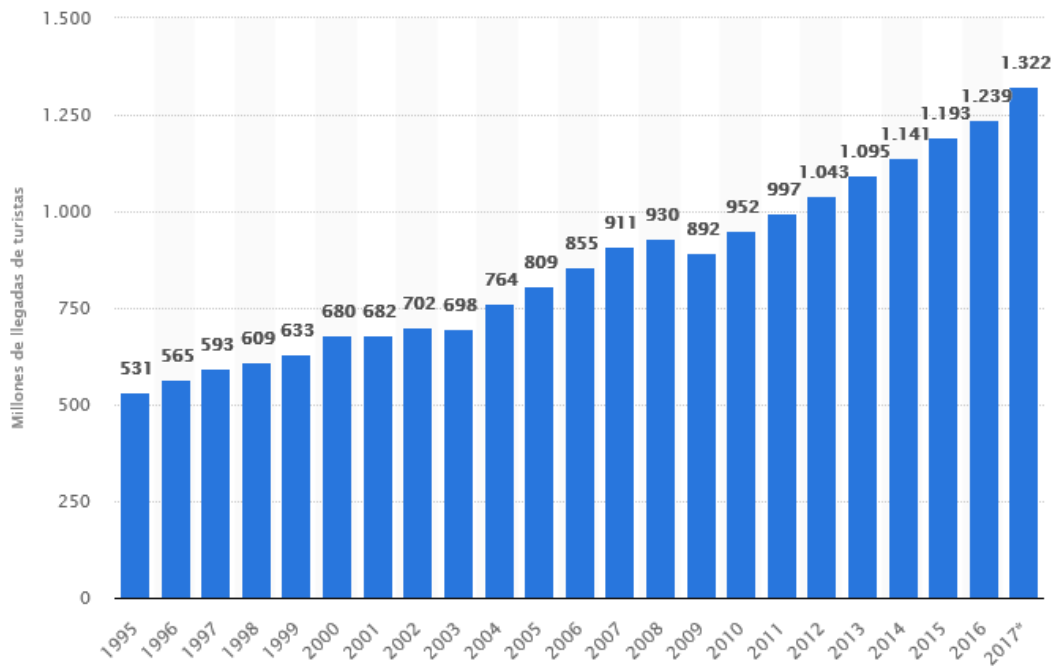


Gráfico N°1: Evolución del número de llegadas de turistas internacionales en el mundo entre 1995 y 2017 (en millones)
Fuente: (OMT, 2018)

En cuanto al PIB el turismo ha contribuido de una manera sustancial al desarrollo de los países, llegando al valor de 5684.9 millones de dólares al 2018 según proyecciones.

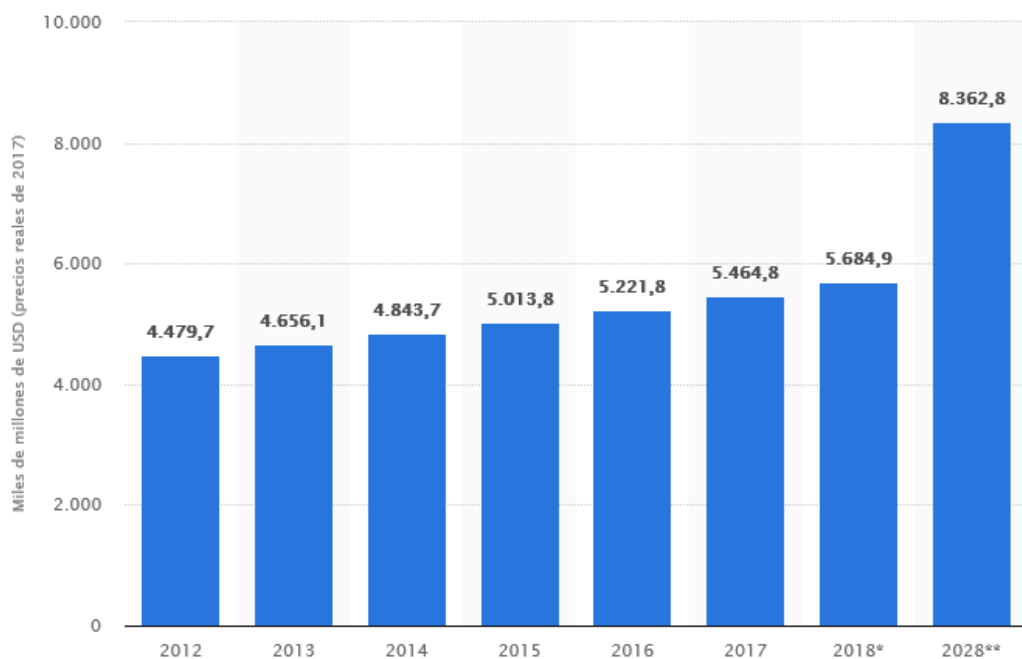


Gráfico N°2: Evolución del consumo turístico interior en el mundo de 2012 a 2028 (en miles de millones de dólares)
Fuente: (OMT, 2018)

El turismo como rama de actividad económica, precisa sistemas de información que permitan estructurar herramientas útiles para la toma de decisiones de todos los agentes sociales, públicos y privados, implicados en la gestión del mismo, tanto a nivel nacional como de unidades administrativas más reducidas como las regiones o los entes locales, ya que la actividad del turista se circunscribe en muchos casos al ámbito local. En el caso de España, las competencias en materia de turismo están asumidas por las comunidades autónomas y por tanto las administraciones públicas, por su labor de regulación y planificación de la actividad, del territorio y de promoción turística tienen necesidades de información local, específica y concreta. Por otra parte está el sector privado, quien demanda a su vez un conocimiento concreto y más vinculado a su actividad específica (alojamiento, transporte, distribución, hostelería...) que le permita adoptar las estrategias empresariales más adecuadas. (Valdés, Valle, & Sustacha, 2011)

El número de visitantes notificados por los destinos de todo el mundo reflejó una fuerte demanda de turismo internacional en el primer semestre de 2017. A escala mundial, las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) aumentaron un 6% en comparación con el mismo semestre del año anterior, superando con creces la tendencia sostenida y constante de crecimiento de al menos 4% observada desde 2010. Las cifras otorgan a los primeros seis meses de 2017 los mejores resultados semestrales obtenidos en los últimos siete años. (Organización Mundial del Turismo, 2017)

Los resultados de América del Sur (7%) se vieron impulsados por Chile que, con un crecimiento del 26%, registró su tercer año consecutivo de crecimiento de dos dígitos. Colombia (11%) y Uruguay (10%) también tuvieron tasas de crecimiento de dos dígitos, mientras que Perú (8%) siguió disfrutando de un fuerte alza en llegadas. Brasil, el mayor destino de la subregión, tuvo un crecimiento del 4% en número de llegadas, después de albergar los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Río 2016. Ecuador sufrió un pequeño declive tras el terremoto de abril, que afectó a algunas zonas costeras. (OMT, 2017)

Ecuador se encuentra entre los 17 países más megadiversos del planeta. Es llamado el país de los cuatro mundos: las costas del Pacífico, la cordillera andina; las Islas Galápagos, y la Amazonía.

La balanza turística en Ecuador registra un saldo positivo de 575,9 millones de dólares, con un crecimiento del 38,7% para el año 2017, respecto al 2016 que fue de 1.449,3 millones de dólares; esto significa que ingresaron más divisas al país por concepto de gasto de turismo receptor, que las que salieron por gasto de turismo emisor.

El 2017 se registró 1.663 millones de dólares por concepto de ingreso de divisas, lo que representa un crecimiento del 14,8% frente al 2016, pues el gasto promedio por turista fue de 1.215 dólares en su estadía de ocho noches y nueve días. Esto significa que los visitantes que llegaron a Ecuador el año pasado dejaron más recursos que los registrados en años anteriores.

Entre tanto, el egreso de divisas por concepto de turismo en 2017 fue de 1.087,2 millones de dólares, registrando un crecimiento del 5,1%, respecto del 2016, mientras que la salida de ecuatorianos creció en apenas un 0,3%, así lo indica en un comunicado esta cartera de Estado.(Andes, 2018)

Como se puede observar en la gráfica el turismo ha ido creciendo su peso en relación al PIB, cada vez más importante dentro del valor del mismo.

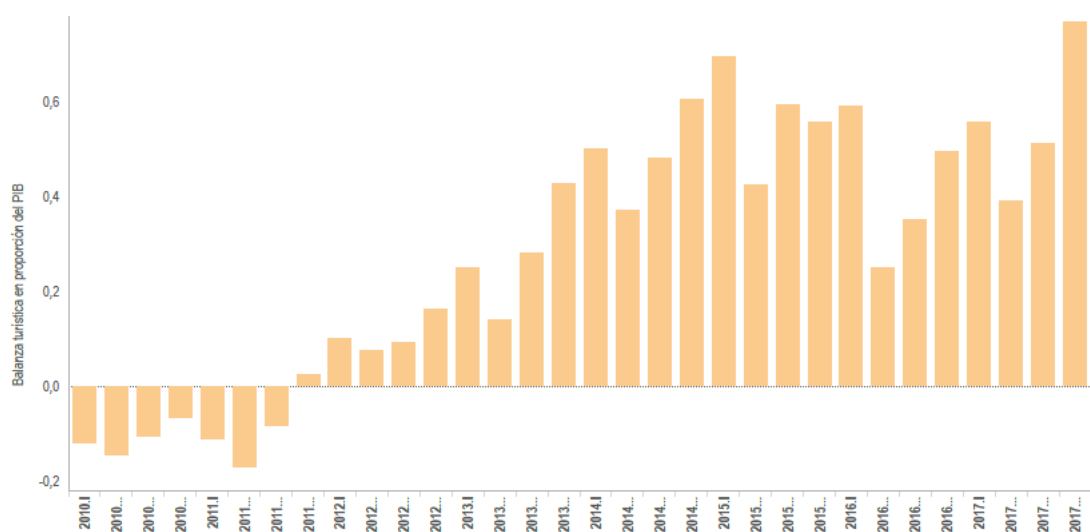


Gráfico N°3: Balanza turista en relación al PIB
Fuente: (Andes, 2018)

Tungurahua se ha constituido en un destino turístico por excelencia, siendo en muchas ocasiones hasta el sexto destino más visitado luego de otras provincias con mayor tamaño o número de atracciones como son Guayas, Manabí, Esmeraldas, Santa Elena y Pichincha. Las ciudades con mayor afluencia turística son en conjunto Ambato y Baños de Agua Santa. El registro económico turístico muestra a 125000 personas que llegaron en las festividades de carnaval el 2017 dejando para la provincia un balance de 7 millones de dólares. (El Comercio, 2017)

El turismo adicionalmente es una fuente de empleo muy importante para la provincia ya que según datos del Ministerio de Turismo en el 2016 se emplearon a 6274 personas en total en los servicios turísticos sin contar con intermediarios o beneficiarios indirectos. (Ministerio de Turismo, 2017)

A Tungurahua llega una gran cantidad de turistas, y aunque son muy cotizados los destinos de Ambato y Baños para relación, aventura y deporte, también es cierto que muchos turistas aprovechan para el viaje para realizar compras especialmente en Pelileo por su industria textil, y a Cevallos por su calzado.

Para llegar a Cevallos se ingresa por una vía estrecha y asfaltada de doble carril. Este aspecto es muy apreciado por decenas de turistas que arriban a esta zona situada al suroccidente de Tungurahua. Un aspecto agradable lo constituyen la vista de huertos frutales, los sembrados de maíz, de hortalizas y de legumbres se levantan a ambos lados de la vía señalizada. Lo primero que llama la atención es el monumento al artesano que describe la segunda actividad comercial predominante en el sector, luego de la agricultura y ganadería, es la manufactura de calzado, la cual atrae a muchos turistas nacionales en busca de productos de buena calidad a bajos precios. (El Comercio, 2012)

Cevallos es un cantón de la provincia del Tungurahua, que cuenta con 19km², se encuentra al sur de Ambato, colindando con la capital tungurahuesa donde la mayor parte de sus habitantes, hoy en día se dedican a la elaboración y fabricación de productos confeccionados en cuero siendo su producto estrella el calzado. Cabe

recalcar que la gente se refiere al producto como “calzado de Cevallos” sin hacer referencia a ninguna marca.

La expansión se origina en los últimos años debido a la dificultad que representaba continuar con la primera actividad comercial por la continua presencia de ceniza del volcán Tungurahua, que obligó a muchas personas a dedicarse a la actividad del calzado, luego de lo cual con una adecuada promoción logro atraer la mirada de todo el país (El Universo, 2012). Sin embargo, esta expansión casi inmediata se produjo de una forma más rápida que los conocimientos que necesitaban las personas para realizar sus trabajos con eficiencia, y actualmente la crisis económica ha alejado a los compradores que frecuentaban el cantón, por lo que urge tomar acciones que ayuden a mejorar el panorama económico de los artesanos.

1.1.2 Justificación metodológica

El proyecto es factible de realizar gracias a la colaboración de los artesanos de la industria de calzado del Cantón Cevallos, quienes están dispuestos a brindar toda la información necesaria que se solicite en la investigación, lo cual junto al conocimiento del investigador, la asesoría de especialistas en el tema, el tiempo y recurso monetario necesario logrará que el trabajo investigativo llegue a obtener las conclusiones más adecuadas para encontrar mecanismo de solución al problema planteado.

1.1.3 Justificación práctica

Es de vital importancia para las empresas de calzado del cantón Cevallos el determinar qué factores del turismo pueden influenciar en los diferentes elementos que constituyen la calidad de vida de sus dueños. Los beneficiarios de la investigación lo constituyen principalmente los artesanos de la industria de calzado del Cantón Cevallos, ya que una vez que se determine la relación del turismo respecto a cómo influye en la calidad de vida de los artesanos se podrán tomar medidas que puedan mejorar el turismo del lugar para mejorar sus ventas.

1.1.4 Formulación del problema de investigación

¿De qué forma el turismo influye en la calidad de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

- Analizar el impacto que genera el turismo en la calidad de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos

1.2.2 Objetivos específicos

- Analizar la gestión del Turismo en el Cantón Cevallos para diagnosticar su situación actual.
- Identificar los factores determinantes que inciden en la calidad de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos.
- Determinar la contribución que el turismo tiene en la calidad de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Revisión de Literatura

2.1.1 Antecedentes investigativos

Los nuevos emprendimientos turísticos no solo beneficia al sector sino que atrae la atención de los pobladores por el posible aumento de consumidores hacia sus productos o servicios que son propios del lugar, lo cual tendrá un impacto importante en el aspecto económico que además ayuda a mejorar la calidad de vida de los habitantes por la demanda turística, situación que es de principal preocupación para los pobladores del Estado de Santa Catarina en Brasil, como se menciona en el artículo de (Filippim, Hoffman, & Feger, 2010) titulado Turismo e impacto social: análise da instalação de um empreendimento hoteleiro sob a ótica da população local:

“La naturaleza de las respuestas evidencia que la mayoría de los encuestados concentra sus expectativas en la generación de beneficios económicos y sociales, con destaque para la generación de beneficios, empleo y renta. Un aspecto que llama la atención es el hecho de que los beneficios de orden cultural y ambiental han sido poco citados en las respuestas presentadas, lo que remite a la necesidad de sensibilizar a la comunidad sobre estas áreas. Se percibe también que el sector comercial está optimista en relación al hotel, demostrando la percepción de que el sector comercial mediante el emprendimiento en la creación de nuevos productos propios de la zona atraerá a los consumidores y produce un movimiento financiero positivo para la economía en su ubicación y esta a su vez ha ayudado en mejorar la calidad de vida de los pobladores del Estado de Santa Catarina en Brasil.”

El turismo es un elemento muy importante en el desarrollo económico de una región, y sus efectos van más allá de una mejora en el aspecto económico de las operadoras de turismo de la región, sino que influye adicionalmente en aspectos tales como el psicológico y cultural, tal como lo menciona (Moreira, Prevot, & Segre, 2010) en su estudio ¿Cuál es el papel del turismo en el desarrollo local?: un análisis crítico del cluster turístico de Santa Teresa cuando menciona que en el barrio Santa Teresa:

“se pueden agrupar los impactos positivos del cluster turístico del barrio de Santa Teresa considerando tres aspectos: la sociedad, la cultura y la psicología. En lo que respecta a la sociedad y la cultura el cluster contribuyó a que los pobladores valoren las características culturales y artísticas locales; y en lo que respecta a la psicología, los entrevistados se mostraron orgullosos de las potencialidades de su barrio.”

La investigación utilizó como referencia el concepto de desarrollo local que está asociado al desarrollo global de una comunidad en sus aspectos económico, social y cultural resguardando sus tradiciones históricas y sus valores. Esta visión de desarrollo contempla las necesidades y características de cada región.

Se pudo concluir que el impacto del clúster sobre el desarrollo local se limitó a la creación de alternativas de supervivencia económica. El clúster no es un agente inductor del desarrollo local que promueva mejoras en la infraestructura, proyectos socioculturales, y el mantenimiento del patrimonio artístico y cultural local ni para promover proyectos socioculturales en las comunidades del barrio. Por otra parte, cabe señalar que la generación de ingresos como consecuencia de la actividad turística aún es muy incipiente ya que los pobladores destacan la desigualdad social como uno de los grandes problemas del barrio.

En este sentido entonces el trabajo mostró que cada región posee especiales particularidades que definen tanto la forma en cómo se percibe el turismo por parte de los pobladores como la manera de explotarlo. Muchos pobladores, e incluso la administración regional no confían en el ámbito turístico más que para tener una fuente de ingresos que les permita a lo más sobrevivir, sin apuntar a mejoras en la infraestructura o local o negocios que sin ser necesariamente turísticos atraigan y se mantengan con la llegada de turistas. Existen otros factores como el psicológico y costumbres que influyen en el turismo, a pesar de saber de qué se tiene una interesante muestra arquitectónica y cultural que podría ser muy bien explotado.

El turismo es un medio para satisfacer las necesidades de los turistas actuales, que al mismo tiempo estas necesidades requieren el cuidado y la protección de las culturas propias de los lugares a visitar, permite también la integración de las poblaciones donde se ofrece turismo y así mismo esta ayuda a la mejora de la calidad de vida de

los habitantes así lo define (Linares , 2014) en su artículo denominado Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local

“la que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se basa además en el respeto a la cultura nacional y sus expresiones territoriales y en la integración de las poblaciones locales al desarrollo de sus actividades, contribuyendo así a la elevación de la calidad de vida de los seres humanos”.

Según el autor el turismo en las regiones donde se desenvuelve es un factor de desarrollo local determinante, al ser una actividad generadora de divisas, multiplicador del gasto del turista, y generadora de empleo, entre otros beneficios que trae consigo para el aumento de la calidad de vida en los territorios.

Entonces se percibe la importancia del turismo en cualquier región incluso si no se trata de una entidad dedicada a esta actividad, razón por la cual no son pocos los países que buscan hacerse un espacio en el mercado de turismo, incluso a nivel interno existen ciertas rivalidades entre las ciudades o regiones por promocionarse como mejor destino turístico. Sin embargo el estado actual de los modelos de análisis del desarrollo sostenible del turismo hace necesario un mayor análisis y debate sobre aspectos básicos que permitan construir una base teórica sobre la cual se sustenten las investigaciones y las acciones, que permita establecer una relación con el desarrollo local teniendo en cuenta el comportamiento complejo que se manifiesta en el sector turístico, así como la utilización de técnicas que permitan el análisis más eficaz al analizar la relación entre el desarrollo del turismo sostenible y el desarrollo local.

El turismo puede mejorar la calidad de vida de los habitantes de una zona si se aprovecha el potencial turístico de una zona en específico, lo cual a más de crear empleo y trabajo en el sector como tal también promueve el desarrollo de toda la región en la que se realice la promoción turística, como en el caso de la provincia de Dajabón en República Dominicana. El artículo de (Orgaz, 2016) titulado El turismo

como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso menciona

“la provincia de Dajabón cuenta con un gran potencial para el turismo, pero se tienen que trabajar para mejorar sus accesos y potencialización, y sobre todo, se debe planificar el turismo a través de todos los stakeholders, pero en especial, a partir de la población local, que debe ser el principal grupo beneficiador del turismo. Por tanto, el turismo debe ser una herramienta que garantice el desarrollo sostenible del destino, a través de la creación de empleos y empresas o microempresas que ofrezcan al turista productos o servicios y a su vez, la mejora en la calidad de vida de los residentes, pero además, el turismo debe mejorar la conservación de los recursos del área geográfica. Es decir, el turismo, teniendo en cuenta el potencial de la provincia, puede operar como una oportunidad socioeconómica para Dajabón, si bien, debe implementarse bajo una planificación conjunta de todos los agentes locales.”

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

En este sentido, los recursos culturales, naturales y patrimoniales forman parte de una red de gran valor y riqueza, que deben promocionarse y comercializarse de forma sostenible, con el objetivo de mejorar el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales en los destinos y la conservación de los recursos

El turismo se configura como uno de los principales motores económicos a nivel internacional, cobrando más fuerza en zonas en vías de desarrollo, siendo estas áreas geográficas ricas en recursos culturales y naturales.

El artículo finalmente analiza en investigaciones posteriores las motivaciones de los turistas que llegan a unos sectores, tanto nacionales como extranjeros, con la

finalidad de conocer sus preferencias, lo cual ayudará a generar propuestas turísticas acorde a las motivaciones y expectativas de la demanda, y siempre teniendo en cuenta el potencial turístico que se tiene.

El turismo en el sector donde este se ofrece es de gran ayuda para el desarrollo local ya que este también es un factor determinante de empleo, genera divisas y esto trae consigo el aumento de la calidad de vida de los habitantes de un territorio así lo menciona (Gaborota, 2017) en su artículo denominado El turismo como estrategia de desarrollo local señala que

“El turismo en las regiones donde se desenvuelven es un factor de desarrollo local determinante, al ser una actividad generadora de divisas, multiplicador del gasto del turista, y generadora de empleo, entre otros beneficios que trae consigo para el aumento de la calidad de vida en los territorios”.

El turismo se ha convertido en un importante factor de desarrollo socioeconómico de los países, como consecuencia de que el desarrollo local, endógeno y regional, se considera entre las estrategias que permiten el progreso de un territorio, ya sea una localidad o región. A este resultado han contribuido el proceso de globalización, la creciente descentralización de las políticas públicas, que tenía entre sus funciones brindar servicios básicos a la población a fin de propiciar una mejor calidad de vida. Se propone analizar los potenciales recursos turísticos de una localidad, a fin de plantear el diseño de una estrategia de desarrollo local, de la cual la comunidad forme parte y contribuya a mejorar su calidad de vida.

En general la actividad turística continúa en constante crecimiento, consolidándose como una importante vía de ingreso de divisas, constituyendo una oportunidad de diversificación de la economía para muchos territorios. La conformación de rutas turísticas resulta una gran oportunidad en lugares donde existen recursos potencialmente turísticos, que no son utilizados o son promovidos en forma aislada, constituyendo una opción de desarrollo local/regional endógeno.

El turismo es un motor de desarrollo, incluso en países en donde por diversas situaciones este es difícil de realizarlo por múltiples problemas en la región como conflictos armados, clima no favorable, políticas gubernamentales, entre otras. Así se lo afirma en el artículo de (Fernández, 2015) denominado El impulso económico mediante el turismo en África subsahariana:

“En los casos de Gambia y Cabo Verde examinados, el sector turístico tiene un efecto muy elevado en el conjunto de la economía. La comparación de los dos países ilustra la diversidad de contextos, retos y posibles soluciones a que se enfrenta el desarrollo del sector turístico y su empleo como instrumento para el desarrollo en África subsahariana”

El artículo menciona algo muy interesante respecto al turismo, en específico aunque el crecimiento del turismo puede ser un motor para el desarrollo económico, existe también el riesgo de que se trate de una actividad desligada de la economía local, dominada por intereses extranjeros, que beneficie fundamentalmente a los países de donde provienen los turistas y las inversiones, y ocasione más daños que beneficios a la población local. Este hecho es muy común en países pobres en donde al no tener actividad turística a pesar del potencial disponible existen potencias tanto empresas como países que explotan la parte turística sin tener la más mínima conciencia al daño que podrían ocasionar a la población local sino toman en consideración sus necesidades también.

El turismo es un viaje de ida a algún lugar en especial donde su objetivo principal es ofrecer sus atractivos turísticos a los visitantes para que estos tengan la necesidad de que vale la pena realizar un viaje, además existen lugares donde su demanda turística responde a los atractivos que estos ofrezcan que a su vez pueden ser públicos o privados así lo establece (Camacho, 2002) en su artículo denominado Turismo y eficiencia: tendencias regionales

“El turismo es una experiencia consistente en un viaje de ida a un destino, una estación y un viaje de regreso, cuya motivación reside en la existencia de atractivos localizados en sitios concretos a los que vale la pena viajar. La demanda turística responde a la previa existencia de atractivos, para cuya experimentación se requiere el concurso de

distintos agentes públicos y privados en diferentes sectores productivos”.

La industria turística no sólo ha aumentado su oferta de servicios y productos, sino que ha modificado su estructura operativa con la diversificación de los mismos, la especialización de los mercados, la introducción de cambios en las técnicas de mercado, la modificación de las estructuras empresariales, convirtiéndose la subcontratación en una importante técnica de gestión, y la introducción de innovadoras tecnologías en un hecho generalizado. Al mismo tiempo la actividad turística ha sido reconocida por su potencial para crear empleo. Como en otras ramas del sector servicios, son las personas empleadas el principal recurso del sector y el factor humano determina en gran medida el grado de satisfacción de los clientes.

En el caso particular de estudio se denota una aparente relación entre la productividad empresarial y el turismo, aunque pueda considerarse otros factores adicionales para llegar a una conclusión definitiva.

2.1.2. Fundamentos teóricos

Economía

La Economía es una ciencia que se ocupa de las cuestiones que se generan en relación con la satisfacción de las necesidades de los individuos y de la sociedad. (Tirado, 2018)

La satisfacción se da en dos clases de necesidades:

1. Necesidades materiales: alimentos, vestidos, etc.
2. Necesidades no materiales: educación, ocio (vacaciones).

Para satisfacer estas necesidades llevamos a cabo determinadas actividades productivas. Mediante estas actividades se obtienen los bienes y servicios que se necesitan.

La Economía se preocupa precisamente de la manera en que se administran unos recursos que son escasos, con objeto de producir diversos bienes y servicios, y distribuirlos para su consumo entre los miembros de la sociedad.

La mayoría de los problemas económicos surgen de un hecho básico de la vida: La producción que puede obtenerse con la plena utilización de todos los recursos existentes en un país es insuficiente para satisfacer todas las necesidades y deseos de todos los habitantes de ese país, ya que los recursos son escasos, y en consecuencia es necesario elegir entre los usos alternativos que puedan tener.

La Economía es la ciencia que estudia la forma en la que los individuos y la sociedad efectúan las elecciones y decisiones para que los recursos disponibles, que son siempre escasos, puedan contribuir de la mejor manera a satisfacer las necesidades individuales y colectivas de la sociedad.

Desde el punto de vista de los individuos, se estudia como economizan sus recursos, es decir, como emplean su renta de forma cuidadosa e inteligente en orden de alcanzar el máximo provecho posible. Desde el punto de vista de la Sociedad se trata de cómo los individuos alcanzan el nivel de bienestar más alto posible, a partir de los recursos que hay disponibles.

Actividad Económica

La actividad económica, es actividad humana que persigue fines. Es, por ello, una actividad finalista. Su efecto fundamental inmediato dentro del sistema es impulsar la circulación económica, por ello, estudiaremos simultáneamente actividad económica y estructura de la circulación económica que determinan. Los sistemas económicos al realizar la actividad económica operan las transformaciones económicas de unos valores económicos en otros. (UAM, 2018)

Cuestión importante en la actividad económica son las formas que adopta. Esas formas son de dos tipos

- Formas elementales: Las operaciones económicas (compraventa de una mercancía, pago-cobro de una cantidad de dinero, etc.)
- Formas complejas: Los procesos económicos, que son formaciones moleculares de operaciones económicas ligadas (dos compraventas sucesivas de la misma mercancía). La estandarización de esas formas supone una fijación de las mismas a través de normas de todo tipo. Especialmente de normas jurídicas y organizativas.

Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo OMT (2010) manifiesta que “el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un período mínimo de una noche de estadía y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos.

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado.

El turismo es una actividad cuyo crecimiento progresivo tiene impactos cada vez más importantes en el ámbito cultural, social y económico de un país. Esto es así porque produce efectos en la balanza de pagos, en las inversiones y en la construcción, y en el mejoramiento del transporte, lo que a su vez repercute en el empleo y, en definitiva, en el bienestar de los miembros de una comunidad.

El abordaje estadístico del fenómeno “turismo” en su aspecto económico puede hacerse desde el punto de vista de la demanda o desde el punto de vista de la oferta.

La demanda se define en función de:

- Perfil de los visitantes (sexo, edad, nivel educativo, nivel de ingresos, etc)

- Medio de transporte utilizado
- Tipo de alojamiento utilizado
- Destinos elegidos
- Período y duración de la estadía
- Finalidad o motivo del viaje
- Actividades desarrolladas en el lugar visitado
- Su impacto económico en las diferentes ramas de actividad, en la ocupación y en las inversiones.

La oferta, se define en función de las ramas de actividad relacionadas con la satisfacción del consumo turístico:

- Hoteles y establecimientos similares
- Inmuebles en alquiler para el turismo
- Restaurantes, cafés
- Transportes
- Agencias de viaje y operadores de turismo.

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo e inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos. El turismo es una de las tres principales fuentes de ingresos por exportaciones para casi la mitad de los países menos adelantados (PMA) y un sector prioritario para su futura integración en la economía mundial. (Turismo, 2011).

Turistas

Según (Publicaciones Vértice S.L., 2007), son aquellos que permanecen en el país de destino un mínimo de 24 horas y un máximo de un año. Éstos pueden viajar por motivos de ocio, placer, vacaciones o deporte, o bien por motivos de negocios, visitas a familiares y amigos, salud, religión, etc.

Marketing turístico

Cuando se piensa en Marketing Turístico muchas veces la primera imagen o concepto que llega a la mente es la de un tipo de Marketing aplicado al turismo, lo cual es correcto en parte ya que no se puede dejar de lado las simples acciones de marketing cotidiano tendientes a la satisfacción inmediata de clientes y potenciales clientes. (Marketing Turístico, 2010)

(Rodríguez, 2010), manifiesta que el marketing turístico permite conocer y comprender el mercado, para llegar a conformar una oferta realmente atractiva, competitiva, variada, capaz de obtener clientes dispuestos a consumir el producto y/o servicio y mantener fidelidad al mismo. Implica además estar al tanto de la competencia, para conseguir mejor posicionamiento, incrementar o mantener su cuota de mercado y aprender de los mejores desempeños.

Potencial económico

Desde gobiernos anteriores Ecuador optó por impulsar el turismo como sector básico y estratégico del desarrollo económico nacional dado que contribuye sustancialmente a mejorar el ingreso de divisas, disminuir el déficit fiscal y, sobre todo, a generar nuevos empleos. Ha declarado al turismo como eje central de las políticas del Estado y propone la formulación de políticas integrales e intersectoriales y la movilización de recursos de varias instancias estatales en coordinación con la empresa privada y otras organizaciones de la sociedad civil (CEPAL, 2001).

En casi todos los países del mundo el turismo representa una parte importante de su economía. Como actividad económica, por una parte, está definido por su demanda y el consumo de los visitantes. Por otra parte, se refiere a los bienes y servicios producidos para atender a dicha demanda

Consecuencias del turismo

Ambientales

El desarrollo turístico ha traído fuertes impactos en el medioambiente como la contaminación de ríos, acústica, estética. Aunque entre los impactos más importantes cabe citar la pérdida de la diversidad biológica y la limitación de recursos naturales sobre los cuales se asienta la actividad turística. Esta sobreexplotación de recursos se ha incrementado en los últimos años a niveles no sostenibles. El turismo no puede funcionar sin los recursos naturales básicos sobre los que se asienta ya que su propia degradación ambiental incide directamente sobre su oferta y puede poner en peligro la misma actividad turística en sí. Por todo ello diversos organismos y convenciones (Agenda 21, ONU) en los últimos años han tomado conciencia de la importancia de la conservación del entorno natural para aplicar no solo al sector turístico sino a todos los ámbitos sociales para alcanzar un desarrollo sustentable.(Navarrete, 2012)

En síntesis el turismo trae las siguientes consecuencias al medio ambiente.

Aspectos positivos:

- El turismo puede ser el estímulo necesario para adoptar medidas de mejora y conservación ambientales. En muchos lugares la administración pública ha introducido medidas de planificación turística, que suelen llegar demasiado tarde, ya que el entorno ya ha sido degradado.
- También la actividad turística puede convencer a la población local para que proteja su entorno y cree zonas de especial protección, como parques naturales.
- Sensibilización de la población local.

Aspectos negativos:

- Cambios que provoquen una transformación irreversible del entorno, como por ejemplo el crecimiento urbano excesivo, no integrado en el paisaje, rompiendo el equilibrio biológico de la zona.

- Regresión del espacio natural, creando espacios artificiales como: vías de comunicación, zonas industriales, de ocio, residencias secundarias, reemplazando la vegetación autóctona por plantas exóticas, etc.
- Generación de residuos que provoquen problemas de depuración de aguas residuales y recogida de basura, creación vertidos incontrolados, etc.
- Erosión y degradación del entorno a causa de las actividades turísticas, de las playas, caminos polución, agotamiento de los acuíferos, deterioro del hábitat de flora y fauna, etc.

Culturales

Mientras el volumen de turistas y los impactos se mantengan en unos límites razonables, la actividad turística es positiva para los residentes. Si los límites de tolerancia se sobrepasan, los efectos causados en la zona y en los residentes, pueden significar una pérdida de calidad de la estancia y del destino por el mismo turista.(Navarrete, 2012)

Impactos culturales positivos:

- ❖ El turismo puede favorecer una concienciación sobre la singularidad histórica y cultural de una comunidad, contribuyendo a la rehabilitación y conservación de monumentos, edificios, lugares históricos, rehabilitación de costumbres, tradiciones, artesanía, folklore, etc.
- ❖ La actividad turística acostumbra a acelerar los cambios sociales, tolerancia y bienestar, permiten romper con las barreras entre clases
- ❖ El turismo permite un intercambio cultural entre los diferentes colectivos.

Impactos culturales negativos:

- ❖ Desculturalización del lugar de destino, haciendo desaparecer la cultura más débil de la comunidad receptora, delante de la cultura más fuerte del visitante, o bien sobre explotando las tradiciones locales, hasta el punto de borrar la autenticidad y su significado real.

- ❖ El desarrollo turístico puede facilitar la difusión de imágenes estereotipadas, frenando toda posibilidad de intercambio cultural.

Sociales

Son el resultado directo de las relaciones sociales que se establecen entre los residentes y visitantes, durante su estancia en un destino turístico. La intensidad de estos impactos variará dependiendo del tipo de visitante y de factores espacio-temporales(Navarrete, 2012):

El encuentro entre turista y residente, puede darse en tres contextos diferentes:

1. Cuando el visitante adquiere un bien o servicio del residente.
2. Cuando los dos grupos, residentes y visitantes, comparten el mismo espacio físico.
3. Cuando los dos intercambian información y/o ideas.

Los dos primeros casos son los más frecuentes.

La importancia de los efectos que la actividad turística tenga sobre la sociedad y la cultura del área receptora dependerá en mayor parte, de las diferencias socioculturales entre visitantes y residentes (religiosas, estilos de vida, creencias, comportamiento, valores...). Como mayores sean estas diferencias, mayores serán los impactos.

Incluso cuando no existe contacto directo entre visitante y residente, la simple observación de los visitantes, puede provocar cambios en las actitudes o escalas de valores por parte de los habitantes. Es el llamado “efecto demostrativo”.

Se podría decir que el intercambio de "cultura" será sólo positivo si los visitantes son ecológica y socialmente conscientes, por tanto, respetuosos con el entorno de los lugares que visiten. Se distingue:

- Impactos directos: transformaciones relacionadas con el establecimiento de nuevas formas de comunicación, transporte e infraestructuras.
- Impactos inducidos: aparecen como consecuencia del aumento del nivel de vida originado por el turismo, modificando la prioridad en las necesidades de consumo de los residentes y acelerando los cambios sociales.

Económicos

La actividad turística en las localidades ha incrementado su importancia dentro de los mercados turísticos nacionales y provinciales, hasta convertirse en una actividad económica principal en algunos casos y complementaria en otros.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) existen tres tipos de efectos económicos que afectan al sector turístico y también al turismo global: (Fuentes, 2001).

- Efectos globales: Afectan las estrategias de desarrollo turístico, diferenciándose los efectos globales sobre la economía y los efectos globales sobre la dependencia exterior.
- Efectos parciales sobre la economía: Se trata sobre los efectos que el turismo tiene sobre los agentes económicos, los sectores productivos, las variables financieras, macroeconómicas, etc. Se pueden distinguir los siguientes efectos multiplicadores sobre: producción, empleo, balanza de pagos, tasa de cambio, oferta monetaria, ingresos y gastos públicos, inflación, especulación del suelo, distribución de la renta, desarrollo regional y movimiento demográfico.
- Efectos externos: Son consecuencia de la influencia que ejerce la actividad turística en determinados aspectos socioculturales, ambientales, profesionales y de consumo.

Este organismo también elaboro un estudio que refleja los beneficios socioeconómicos que la actividad turística tiene sobre las economías locales: (Fuentes,2001).

- Empleos y rentas adicionales.

- Nuevas oportunidades de inversión empresarial.
- Mayores ingresos tributarios.
- Mejora de la infraestructura, red de equipamiento y servicios comunitarios (abastecimiento de agua, evacuación de residuos, carreteras, atención médica y seguridad personal)
- Ampliación del mercado para productos locales.
- Mayores oportunidades de empleo y movilidad social.
- Mejores instalaciones y ampliación de las actividades culturales y recreativas para residentes y turistas.
- Mayor conciencia y apreciación del patrimonio natural y cultural de la comunidad.

Los efectos socioeconómicos antes mencionados se evidencian con mayor intensidad cuando existe un desarrollo de la actividad turística a escala local ya que las tipologías turísticas se relacionan estrechamente con el desarrollo económico

Tipos

Tradicional

Es la máxima expresión del turismo de masas, ya que las playas en los diferentes destinos turísticos, son las más visitadas por los turistas. Consiste primordialmente en pasar unos días de esparcimiento en un destino de costa, naturalmente con playa y mar, mismo que debe contar con espacios públicos destinados a esta actividad. Lo más común es que el turista se hospede en hoteles de lujo y adquiera paquetes “todo incluido” que les permite tener las menos preocupaciones posibles. Este tipo de turismo hoy en día es visto como un turismo depredador que no respeta la capacidad de carga de los destinos. (Entorno Turístico, 2018)

De reuniones o negocios

Consiste en el desplazamiento de viajeros fuera de su entorno habitual con fines lucrativos. Normalmente son empresas las que envían a sus trabajadores a juntas,

conferencias, reuniones o exposiciones; estos van con los gastos pagados y en cierta manera están recibiendo un sueldo por este viaje. Las condiciones del destino visitado son más enfocadas a satisfacer las necesidades de un viajero que demanda los mejores servicios posibles, las que van desde conjuntos de exposiciones, salones de eventos, buenas vías de comunicación, entre otros.(Entorno Turístico, 2018)

De salud

Incluye al turismo médico y al turismo de bienestar. Es un fenómeno que se lleva a cabo cuando la gente viaja para buscar tratamientos que le permitan mejorar sus condiciones de vida, estos pueden ser, médicos que realicen algún tipo de cirugía, clínicas de rehabilitación o espacios para ayudar a su salud. Algunas de las razones para este tipo de viajes es por la calidad o lo económico de los servicios fuera de su lugar de residencia. (Entorno Turístico, 2018)

Cultural-religioso

Dentro del turismo cultural, los más conocidos son el turismo religioso y el gastronómico. Este es más exigente y tiene la posibilidad de desarrollarse en cualquier época del año; se viaja con la intención “aprender algo”, ya que normalmente se realiza por gente con un nivel educativo más alto que el promedio. Es común que se busquen monumentos históricos del destino visitado, las manifestaciones gastronómicas más representativas del lugar y sucesos o leyendas que cuenten la historia del mismo.(Entorno Turístico, 2018)

De compra

El turismo de compras es un concepto emergente. Una aproximación a su definición sería: una forma contemporánea de turismo realizado por individuos para los que la adquisición de bienes fuera de su lugar de residencia es un factor determinante (aunque no necesariamente único) en su decisión de viajar.

Hasta hace poco se consideraba «ir de compras» como una actividad de ocio, pero, actualmente, el consumo no solo es algo relativo a los productos, sino que se consumen lugares, espacios y tiempo. Las compras constituyen por sí mismas una actividad turística o experiencia viajera.

Según el Libro Blanco del Comercio de la UE, en los destinos turísticos, ya sean urbanos, de interior o de litoral, ir de compras y hacer turismo son dos actividades muy relacionadas entre sí, compartiendo incluso un mismo escenario físico: los centros históricos de las ciudades. Por ello, el sector del comercio mantiene una relación intensa y directa sobre la actividad turística, ya que puede erigirse como la motivación principal en la elección del destino turístico por parte del visitante.

El turismo de compras es una de las motivaciones principales de millones de personas a la hora de elegir un destino para sus vacaciones. Se convierte así en uno de los principales impulsores de la transformación de las estrategias de promoción de los destinos en todo el mundo. (Entorno Turístico, 2018)

Planificación estratégica

La palabra estrategia se ha utilizado de muchas maneras y en diferentes contextos a lo largo de los años. Su uso más frecuente ha sido en el ámbito militar, donde el concepto ha sido utilizado durante siglos. El término estrategia viene del griego *strategos* que significa “un general”. A su vez, esta palabra proviene de raíces que significan “ejército” y “acaudillar”. El verbo griego, *stratego* significa “planificar la destrucción de los enemigos en razón del uso eficaz de los recursos” (Pimentel, 1999)

La estrategia se define como el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. (Mintzberg, Brian Q., & Voyer, 1997)

Una estrategia bien formulada ayuda a poner en orden y asignar, tomando en cuenta sus atributos y deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de

lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las posibles acciones de los oponentes

Gestión de calidad

La Gestión de la Calidad es un conjunto de métodos útiles de forma aleatoria, puntual y coyuntural para diferentes aspectos del proceso administrativo. Se la entiende como una herramienta para mejorar la dirección de recursos humanos. (Camisón, Cruz, & González, 2006)

Este término se acuña al ámbito laboral, en específico a la gestión del talento humano. Sin embargo este detalle no merma la posibilidad de aplicar los conceptos de calidad a la vida particular de cada persona.

Calidad de vida

Se define el concepto de calidad de vida como el bienestar de cada individuo teniendo en cuenta diferentes perspectivas como es la parte física y psicológica, conservando relación con la necesidad material y las esferas sociales y afectivas teniendo una estimación de las experiencias propias de cada persona, (Tonón, 2005).

La calidad de vida es establecida como el bienestar individual y personal que sucede como respuesta de satisfacción o insatisfacción de factores que son denominados importantes para el sujeto, (Ferrans, 1990).

La satisfacción de las necesidades personales recibe influencia de las áreas psicológicas, físicas, sociales, materiales de cada sujeto, (Hornquist, 1982).

Valoración multidimensionalmente de los factores interpersonales, así como también el área social, del círculo personal y del ambiente que se desarrolla el individuo, (Lawton, 2001).

Existen diferentes perspectivas en cuanto a la delimitación del concepto de calidad de vida, todas ellas tienen en común las influencias personales, sociales, conceptos que son denominados objetivos como la salud y otros que son subjetivos como las experiencias, todos estos factores están involucrados directamente en el bienestar personal y emocional.

Teoría humanista

Un planteamiento importante y de gran aporte para el movimiento humanista fue el de Abraham Maslow, el cual expone una pirámide de las necesidades a satisfacer por los seres humanos, este priorizó y organizó las necesidades individuales de cada persona.

En el planteamiento de la jerarquización de necesidades, a medida que se va satisfaciendo los requisitos de cada uno de los niveles se pasa al siguiente escalón de la pirámide de Maslow. El objetivo primordial de la teoría es que el ser humano se pueda sentir auto realizado, pero solo el 1% de los individuos llegan al nivel de realización personal (Maslow, 1962).

Si bien es cierto el autor no habla directamente de calidad de vida, pero el concepto de autorrealización tiene elementos que comparte la calidad de vida. Es decir, la autorrealización implica vivir de manera consciente y satisfactoria, cada nivel de la pirámide abarca factores que influyen en la calidad de vida del ser humano como la salud, alimentación, necesidades de interacción con el grupo social, autoestima, capacidad para la resolución de conflictos, podemos decir así que a mayor autorrealización mayor calidad de vida presentara el sujeto ya que habrá priorizado y satisfecho las necesidades de su vida.

Las necesidades tratadas por Maslow son:

- Necesidades fisiológicas: Este nivel se encuentra relacionado con la supervivencia, son las necesidades más importantes del individuo, en estas encontramos la homeostasis del organismo, alimentación, conservar el nivel

de calor corporal óptimo para la sobrevivencia, satisfacer la sed, se incluye también la necesidad sexual.

- Necesidades de seguridad: Se busca mantener seguridad y orden en el individuo, aquí se encuentra ubicado la estabilidad y la protección en otras personas, está vinculado al miedo y a perder el control de su vida.
- Necesidades sociales: Al haber satisfecho los dos niveles de necesidades anteriores se encuentra esta esfera afectiva y social, aquí se puede identificar la comunicación con otros individuos, formar vínculos amistosos en donde se expresa afecto y la necesidad de pertenecer y ser aceptado en un grupo social.
- Necesidades de reconocimiento y estima: En este nivel se observa el ego y autoestima del ser humano, se origina la necesidad de sentir reconocimiento y poder sobresalir en su grupo social, se adjunta el respeto propio y la autovaloración.
- Necesidades de auto superación: Es la autorrealización ideal de cada sujeto, en donde se explota y se desarrolla su talento al máximo nivel (Maslow, 1962).



Gráfico N 4: Pirámide de Maslow
Fuente: (Maslow, 1962)

La estructura de escalones establecido por Maslow permite identificar las necesidades primordiales del ser humano como son: las fisiológicas, cuando el individuo logra cubrir y satisfacer estas necesidades realiza un avance teniendo la necesidad de sentirse seguro frente a cualquier acontecimiento. Al encontrarse protegido físicamente, inicia con la búsqueda de la aceptación e inclusión social es decir se identifica con grupos sociales en los que comparten intereses y gustos a fines. Una vez incluido en su grupo social considera la necesidad de que los demás lo admiren y lo alaben, empieza a obtener éxito y prestigio. Las personas que logran alcanzar los niveles de satisfacción personal finalizan con el sentimiento que están entregando todo de sí mismos.

Salud mental

La calidad de vida ha sido explicada por la Organización Mundial de la Salud como la apreciación individual subjetiva de cada individuo esta dependerá de los factores culturales y los valores con las que se relacione y el vínculo que se establezca con las normas, preocupaciones y esperanzas. La calidad de vida relacionada con la salud se incorpora áreas de interacción del sujeto como es la área individual en la que se evalúa el malestar, la energía, el sueño, el cansancio y el dolor; en el campo psicológico se indaga el autoestima, sentimientos positivos y negativo, aprendizajes diarios, imagen y autopercepción corporal, memoria y concentración; en la faceta de la independencia observamos el desarrollo en las actividades cotidianas, dependencia a fármacos, movilidad, y las capacidades laborales; en la esfera social se mide la relación y apoyo social y la actividad sexual; en el entorno se encuentra incluido el ambiente en donde se desenvuelve, seguridad física, estabilidad económica, atención médica; en el ámbito de la espiritualidad se incluye la religión y las creencias personales del individuo (Agudelo & Cardona, 2005).

Factores para una mala Calidad de Vida

El concepto de la calidad de vida tiene un enfoque multidimensional en el que interfiere diferentes aspectos que son subjetivos para cada ser humano, recibe influencia de factores ambientales y personales, existen diferentes elementos que interfieren con el correcto desenvolvimiento del ser humano encontrando

problemáticas que afectan al estilo y a la calidad de vida como son según el CIE 10 (clasificación internacional de enfermedades décima edición):

Z72 Problemas relacionados con el estilo de vida

Z72.0 Uso de tabaco

Z72.1 Uso de alcohol

Z72.2 Uso de drogas

Z72.3 Ausencia de ejercicio físico

Z72.4 Hábitos dietéticos y alimenticios inadecuados

Z72.5 Conducta sexual de alto riesgo

Z72.6 Jugar o apostar

Z72.8 Otros problemas relacionados con el estilo de vida. En este apartado se incluye el comportamiento autolesivo (Asociación Psiquiátrica de América Latina, 2004).

Las diferentes áreas de interacción del sujeto permiten contribuir con la calidad de vida, una de las principales áreas es la salud, mantener un apropiado grado de salubridad permitirá establecer parámetros adecuados de bienestar físico, emocional y personal esto ayudara a disfrutar de aspectos positivos del presente de cada individuo, permitirá establecer un equilibrio en sus diferentes áreas biopsicosociales esto ejercerá influencia en la adaptación al medio para la supervivencia a los diferentes factores presentes.

Indicadores de buena calidad de vida

Para lograr tener un nivel adecuado de vida diferentes autores manifiestan tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Condiciones materiales de la vida: ingresos económicos para satisfacer necesidades básicas, condición de la vivienda, solvencia económica para gastos inesperados.
- Trabajo: actividad laboral remunerada, con la cual se acceda a la inclusión y la sociabilización con otras personas, así también permite alcanzar la autorrealización personal y profesional.

- Salud: Es un indicador subjetivo el cual permite evaluar la esperanza de vida que se mantiene en las diferentes etapas psicoevolutivas de desarrollo, se incluye las experiencias subjetivas de los individuos como es la enfermedad, el sufrimiento, las patologías de larga duración, estos aspectos negativos generan limitaciones en el desarrollo de la vida cotidiana.
- Educación: es una de las dimensiones que a través de los conocimientos y destrezas desarrolladas permite mejorar la calidad de vida y establecer estilos saludables de vida, a través de las habilidades desarrolladas existe una mayor probabilidad de inserción en la sociedad.
- Ocio y relaciones sociales: El tiempo establecido fuera de los parámetros laborales como son las actividades deportivas, asistencia a actividades culturales es importante ya que genera bienestar personal y felicidad, las relaciones personales saludables es un indicador de buena salud.
- Seguridad física y personal: es un aspecto objetivo el cual se encarga de la integridad física de cada individuo, es como percibe cada persona los homicidios, la delincuencia, los vandalismos y las estrategias que se establecen para no ser víctimas de estos problemas sociales.
- Gobernanza y derechos básicos: es la garantía de las autoridades encargadas a través de las instituciones establecidas para defender los derechos humanos, así mismo hace referencia a la participación y colaboración ciudadana en las actividades colectivas.
- Entorno y medio ambiente: Emplear técnicas que permitan mantener el medio ambiente libre de contaminación y ruidos e incrementar áreas verdes para el esparcimiento personal brindará bienestar y salud
- Experiencia general de la vida: es la evaluación subjetiva que incluye experiencias pasadas y actuales con la que se puede construir un concepto propio de calidad de vida, en este se involucra las emociones y sentimientos que constituye el bienestar personal subjetivo (INE, 2016)

El ser humano se encuentra en constante interacción con el medio ambiente y la sociedad, por este motivo recibe influencia que no siempre puede ser positiva afectando los niveles de calidad de vida, los factores negativos puede ser la contaminación del ambiente, mala alimentación, escasas relaciones sociales estos son

aportes que limitan el desarrollo y la autorrealización del ser humano. Es necesario que cada persona utilice los recursos necesarios para ir satisfaciendo sus necesidades del diario vivir e ir obteniendo las metas establecidas.

Escala GENCAT (Generalitat de Catalunya)

La Escala GENCAT, es un instrumento de evaluación objetiva diseñado de acuerdo con los avances realizados sobre el modelo multidimensional de calidad de vida propuesto por Schalock y Verdugo (2002/2003), que actualmente cuenta con gran aceptación internacional. La Escala GENCAT fue pensada para ser utilizada como instrumento para la mejora continua de los servicios sociales, con la intención de que los planes de atención y apoyo que éstos realizan sean más personalizados y adecuados a las necesidades actuales y futuras de los usuarios.

El modelo conceptual de la escala de calidad de vida posee los siguientes parámetros:

- Bienestar emocional: Abarca el auto concepto, satisfacción personal, ausencia de sentimientos negativos y estrés.
- Relaciones interpersonales: interacción con el grupo social, formación de vínculos afectivos con la gente que se relaciona.
- Bienestar material: solvencia económica para cubrir las necesidades básicas
- Desarrollo personal: autorrealización y adquisición de nuevos conocimientos y aprendizajes
- Bienestar físico: mantener niveles adecuados de salud y establecer hábitos saludables de alimentación
- Autodeterminación: tener la capacidad de tomar las decisiones y elegir individualmente sin recibir influencia de terceras personas
- Inclusión social: relacionarse y participar en actividades con el grupo social que se relaciona
- Derechos: respetar intimidad, derechos, manera de pensar, recibir y ejercer un trato igualitario con todos los seres humanos (Gómez, Martínez, Schalock, & Verdugo, 2009).

La escala de calidad de vida GENCAT permite evaluar de una manera multidimensional al ser humano, es decir se realiza un abordaje desde factores ambientales, personales, sociales, estableciendo de manera objetiva los niveles de calidad de vida que presenta cada persona evaluada.

Estrategias de intervención para mejorar la calidad de vida

- Promocionar y facilitar la calidad de vida tanto en la sociedad y de manera individual a través de la prevención de las enfermedades con el establecimiento de estrategias sanitarias.
- Desarrollar un adecuado nivel autoestima personal, incrementar las destrezas y habilidades para poder solucionar conflictos, así mismo generar estrategias de afrontamiento, modificando el medio ambiente de relación y a las redes de apoyo de la persona (Garzón & Salas, 2013).
- Mantener niveles adecuados de salud física y psíquica establecerá un equilibrio en el ser humano lo que permitirá desarrollar su potencial de habilidades y destrezas al máximo, teniendo autodeterminación para poder decidir por la misma persona logrando ampliar su autonomía personal.

b. Preguntas directrices y/o hipótesis

Preguntas directrices

- ¿Cómo se desarrolla la gestión del Turismo en el Cantón Cevallos para diagnosticar su situación actual?
- ¿Cuáles son los factores determinantes que inciden en la calidad de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos?
- ¿De qué forma contribuye el turismo en la calidad de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos?

Hipótesis

El turismo influye en la calidad de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Recolección de la información

La información necesaria en la presente investigación se levantará por medio de una encuesta aplicada al personal administrativo de las empresas productoras de calzado del Cantón Cevallos, de carácter cerrado para evitar imprecisiones en la información que se requiere.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Para qué?	Para cumplir con los objetivos de la investigación
2.- ¿De qué personas?	Productores de calzado del cantón Cevallos
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Turismo y calidad de vida
4.- ¿Quién?	Elizabeth Ulloa
5.- ¿A quiénes?	A la muestra calculada
6.- ¿Cuándo?	2018
7.- ¿Dónde?	Cantón Cevallos
8.- ¿Cuántas veces?	Una vez
9.- ¿Con qué técnicas?	Encuesta
10.- ¿Con qué instrumento?	Cuestionario

Tabla N 1: Preguntas básicas
Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

3.1.1 Población y muestra

La población es el “conjunto de individuos, objetos, elementos o fenómenos en los cuales puede presentarse fenómenos en los cuales puede presentarse determinada característica susceptible de ser estudiada”(D'Angelo, 2016)

En el caso de investigación, la población de estudio son los productores de calzado del cantón Cevallos, tanto productores independientes como los que pertenecen a las distintas asociaciones existentes en el lugar. Esta información se obtuvo directamente del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cevallos. En donde se pudo determinar que el número total de productores de calzado es de 62 distribuidos de la siguiente manera:

Asociación Aprocalza	8
Asociación Unicalza	7
Asociación Calzafince	12
Productores Independientes	35
Total	62

Tabla N°2: Población productores de calzado cantón Cevallos
 Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cevallos
 Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

“La muestra se define como un conjunto de objetos y sujetos procedentes de una población; es decir un subgrupo de la población, cuando esta es definida como un conjunto de elementos que cumplen con unas determinadas especificaciones.”(Monje Álvarez, 2011)

En este caso no se calculará una muestra y se trabajará con el total de la población, es decir los 2 productores de calzado pertenecientes al Cantón Cevallos.

Unidad de investigación

ASOCIACIÓN APROCALZA
1. Sr. Edison Ruiz
2. Sr. Nelson Aldas
3. Sr. Guido Ramírez
4. Sra. Mónica Sánchez
5. Sr. Shilmer Flores
6. Sr. Hernán Izurieta
7. Sr. Segundo Suque
8. Sr. Vinicio León
ASOCIACIÓN UNICALZA
9. Sr. Lisandro López
10. Sr. Sixto López
11. Sr. Darwin Rosero
12. Sr. Carlos Peralta
13. Sra. Zoila Masabanda
14. Sr. Álvaro Tipan
15. Sra. Carmen Toapanta
ASOCIACIÓN CALZAFINCE
16. Sr. Edgar Paredes
17. Sr. Miguel Urrutia
18. Sr. Walberto Ortiz
19. Sr. Rigoberto Espinoza
20. Sr. Marco Tituaña
21. Sra. Teresa Ricachi
22. Sr. Rafael Ortiz
23. Sr. Silvio Ricachi
24. Sr. Rodrigo López
25. Sr. Héctor Espinoza
26. Sr. Alberto Robalino
27. Sr. Jesús Guevara
INDEPENDIENTES
28. Sra. Margarita López
29. Sr. Marco Sulca
30. Sra. Gladis López

31. Sr. Luis Pazmiño
32. Sr. Patricio Martínez
33. Sr. Juan Carlos Martínez
34. Sr. Santiago Robalino
35. Sra. Mayda Martínez
36. Sra. Fanny Tuston
37. Sr. William Rodríguez
38. Sr. Rafael Ortiz
39. Sr. Danny Torres
40. Sr. Edgar Paredes
41. Sr. Cristian Martínez
42. Sra. Mónica Aldas
43. Sra. Carolina Pico
44. Sra. Elizabeth Cáceres
45. Sra. Sonia Sulca
46. Sr. Leonel Martínez
47. Sr. Patricio Toapanta
48. Sr. Santiago Rivera
49. Sr. Ramiro Fonseca
50. Sr. Cesar López
51. Sr. Byron Ruiz
52. Sr. Diego Barona
53. Sra. Inés Ricachi
54. Sra. Verónica López
55. Sr. Lisandro López
56. Sr. Edgar Barona
57. Sra. Beatriz Palma
58. Sra. María José Mantilla
59. Sr. Jorge Sánchez
60. Sra. Roció Masabanda
61. Sra. Nataly Real
62. Sr. Daniel Astudillo

Tabla N°3: Nómima de socios
Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cevallos
Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

La investigación se delimita por:

- **Contenido o ciencia:**

Campo: Economía

Área: Turismo

Aspecto: Calidad de vida

- **Tiempo**

6 meses

- **Espacio**

El análisis se lo realizará en el sector de confección de calzado del cantón Cevallos

- **Lugar**

Cantón Cevallos de la Provincia de Tungurahua de la República del Ecuador

3.2. Tratamiento de información

Una vez obtenida la información se procederá a analizarla de la siguiente manera:

- Se procede a revisar las encuestas en búsqueda de posibles errores de llenado.
- Se ingresa toda la información a una base de datos adecuada con las respuestas de las encuestas.
- Por medio del programa SPSS se obtendrá las tablas de frecuencias base para los análisis así como las gráficas que permitan visualizar de mejor forma los resultados.
- Para comprobar la relación entre las variables será necesario aplicar un método estadístico adecuado para que la hipótesis se valide.

La información, fue tomada especialmente de fuentes primarias en el sector de Cevallos a los fabricantes de calzado de la zona, adicional a la información bibliográfica necesaria para describir las variables.

Los primeros capítulos se basaron en recopilaciones de información secundaria, bibliográfica, de diversos estudios científicos, libros, que detallaron a plenitud cada una de las variables para dar paso a la aplicación de análisis y encuesta aplicada a la población de estudio. Toda la información está referenciada adecuadamente con el propósito de evitar discrepancias en cuanto al plagio, y en especial respetar los derechos de autor investigativo.

En cuanto a la información tomada de las encuestas, fueron detalladas en tablas y gráficos para cada pregunta, para finalmente realizar un análisis por medio del estadístico Chi Cuadrado a fin de corroborar la hipótesis planteada.

3.3. Operacionalización de variables

3.3.1. Variable independiente: Turismo

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado</p>	Gestión gubernamental	<p>Capacitaciones</p> <p>Asesoramiento</p>	<p>¿Cada que tiempo el GAD Municipal del Cantón les brinda capacitaciones?</p> <p>¿Cuáles han sido las temáticas de las capacitaciones de que ha brindado el GAD Municipal del Cantón?</p> <p>¿Recibe Ud. asesorías brindadas por el GAD Municipal del Cantón para fortalecer la relación en buena atención a los turistas?</p> <p>¿En cuestión publicitaria el GAD Municipal del Cantón les ha apoyado con rubros de publicidad dentro de espacios televisivos, radiales o prensa escrita?</p> <p>¿Realiza Ud. trabajos conjuntos con el GAD Municipal del Cantón para fortalecer el marketing y la estrategia de ventas?</p>	Encuesta/Cuestionario
	Fuentes de turismo	Actividades turísticas	<p>¿Cuál es la principal actividad que atrae a los turistas a visitar el cantón?</p>	

	Beneficios del turismo	Clientes potenciales	¿Cuántos clientes provenientes de otras ciudades y/o provincias recibe usted al mes?
		Económico	¿Qué beneficio considera que es el más importante que se obtiene con la afluencia de turistas al cantón? Del total de sus ventas ¿Qué porcentaje aproximado corresponden las realizadas a los turistas?
		Social	Del total de clientes atendidos ¿Qué porcentaje de turistas han realizado una compra en su local? ¿Considera que el turismo es una herramienta que permite la superación de los negocios de la zona?

Tabla N°4: Operacionalización variable independiente
Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018)

3.3.2. Variable dependiente: Calidad de vida

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Se define el concepto de calidad de vida como el bienestar de cada individuo teniendo en cuenta diferentes perspectivas como es la parte física y psicológica, conservando relación con la necesidad material y las esferas sociales y afectivas teniendo una estimación de las experiencias propias de cada persona	Necesidades básicas	Servicios básicos	¿Cuenta Ud. con todos los servicios básicos?	Encuesta/Cuestionario
		Educación	¿Sus hijos y/o familia se encuentran cursando algún nivel de escolaridad?	
		Vivienda	¿La vivienda en la que habita es? ¿El tipo de vivienda en la que habita es?	
		Salud y seguridad	¿Sus ingresos económicos le permiten dar a su familia una vida saludable?	
	Economía del hogar	Nivel económico	¿El turismo le ha beneficiado en su nivel económico? ¿Los ingresos económicos que percibe, alcanza para cubrir los gastos de su hogar?	

Tabla N°5: Operacionalización variable dependiente
Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018)

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados

Tabla N°6: Género

1. Género

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Masculino	44	71,0
	Femenino	18	29,0
	Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

1. Género

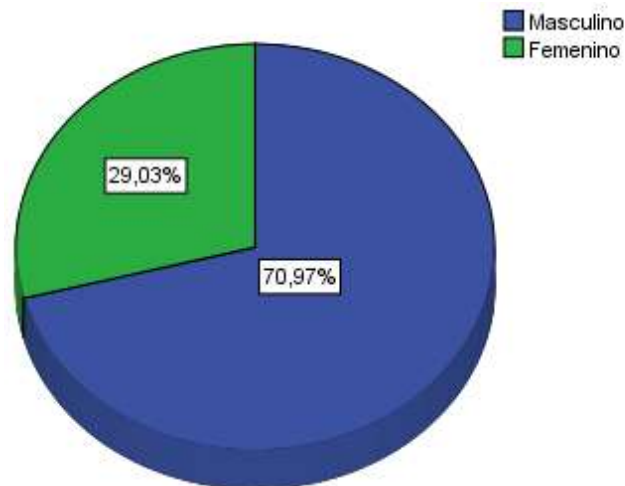


Gráfico N°5: Género

Fuente: Tabla N° 6

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

En total 29.03% de la población encuestada es de sexo femenino, en tanto que el 70.97% es de sexo masculino.

La población de productores de calzado es mayoritariamente masculino, debido a que la tradición del trabajo está enfocado en los hombres.

Tabla N°7: Edad

2. Edad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Entre 18 y 25	8	12,9
	Entre 26 y 40	30	48,4
	Entre 41 y 50	21	33,9
	Entre 51 o más	3	4,8
	Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

2. Edad

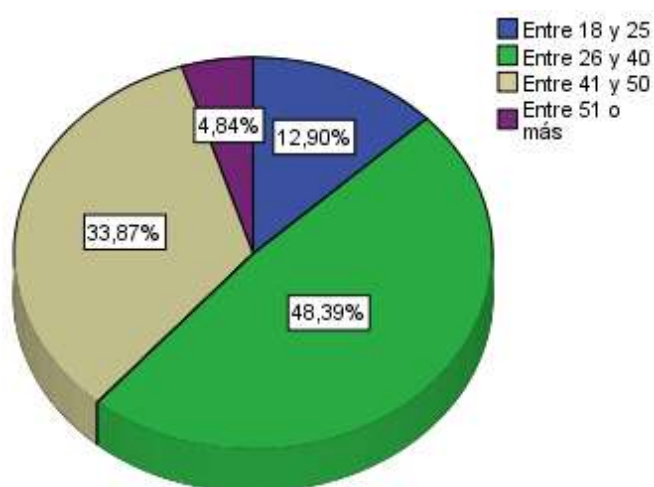


Gráfico N°6: Edad

Fuente: Tabla N° 7

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

Se encontró en la presente investigación que el 12.9% de las personas encuestadas tenían una edad entre 18 y 25 años, el 48.39% entre 26 y 40 años, el 3.87% entre 41 y 50 años, y finalmente el 48.39% de 51 a más años.

Se puede apreciar la juventud de una parte importante de los productores de calzado del Cantón Cevallos, lo que implica que es muy posible que muchos de ellos hayan comenzado sus negocios como un emprendimiento, por lo que es vital que mantengan un flujo de dinero adecuado que les permita tener una calidad de vida adecuada.

Tabla N°8: Estado civil

3. Estado Civil

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Soltero (a)	10	16,1
	Casado (a)	41	66,1
	Divorciado (a)	9	14,5
	Viudo (a)	2	3,2
	Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

3. Estado Civil

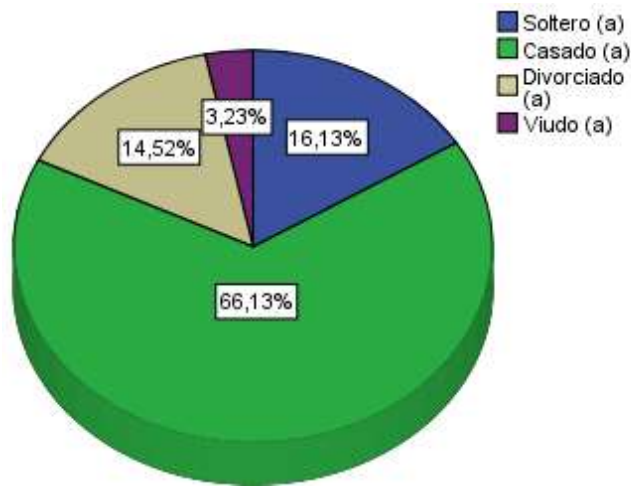


Gráfico N°7: Estado civil

Fuente: Tabla N° 8

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

Del total de personas consultadas, el 3.23% es viudo (a), el 14.52% es divorciado (a), el 16.13% es soltero (a) y el 66.13% es casado (a).

Los negocios de fabricación de calzado son familiares, y queda evidenciado que el núcleo familiar se mantiene muy sólido en las familias de los productores de calzado del cantón Cevallos, por lo que los ingresos producto del negocio servirá para mantener a la familia con una buena condición de vida.

Tabla N°9: Nivel de instrucción

4. Nivel de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Primaria	7	11,3
Secundaria	43	69,4
Superior	12	19,4
Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

4. Nivel de instrucción

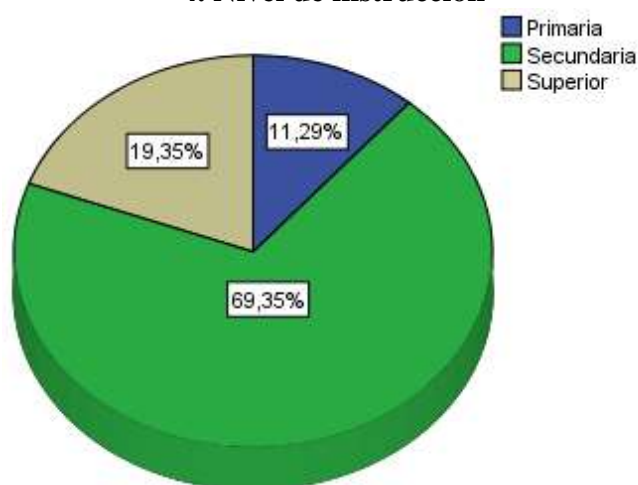


Gráfico N°8: Nivel de instrucción

Fuente: Tabla N° 9

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

Según se pudo constatar en la evaluación realizada, el 11.29% de terminó su educación primaria, el 69.35% su educación secundaria, y finalmente el 19.35% tiene estudios superiores.

En general los productores de calzado tienen cuando menos estudios secundarios, muy común cuando se dedican al oficio desde tempranas edades sin poder completar estudios universitarios.

Tabla N°10: Frecuencia de capacitaciones

5. Frecuencia de capacitaciones

	Frecuencia	Porcentaje
Válido 6 meses	9	14,5
9 meses	30	48,4
1 año	23	37,1
Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

5. Frecuencia de capacitaciones

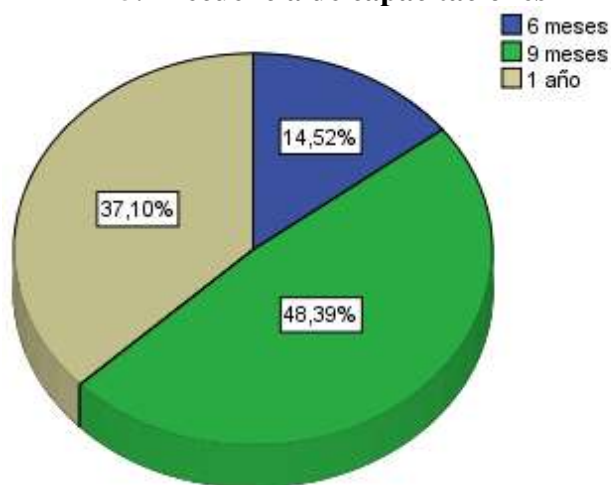


Gráfico N°9: Frecuencia de capacitaciones

Fuente: Tabla N° 10

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

Según lo que se manifiesta por parte de las personas evaluadas, el GAD Municipal brinda capacitaciones cada 6 meses de acuerdo al 14.52% de los encuestados, cada 9 meses según el 48.39% y cada año según el 37.10%.

Es notorio la discrepancia acerca de los tiempos en que se brinda cada capacitación pudiéndose deber a que los artesanos no se enteran a tiempo de las capacitaciones o incluso una falta adecuada de difusión.

Tabla N°11: Temáticas de las capacitaciones

6. Temáticas de las capacitaciones

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Atención al cliente	37	59,7
Inglés para el turismo	13	21,0
Comercialización e innovación de productos	12	19,4
Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

6. Temáticas de las capacitaciones

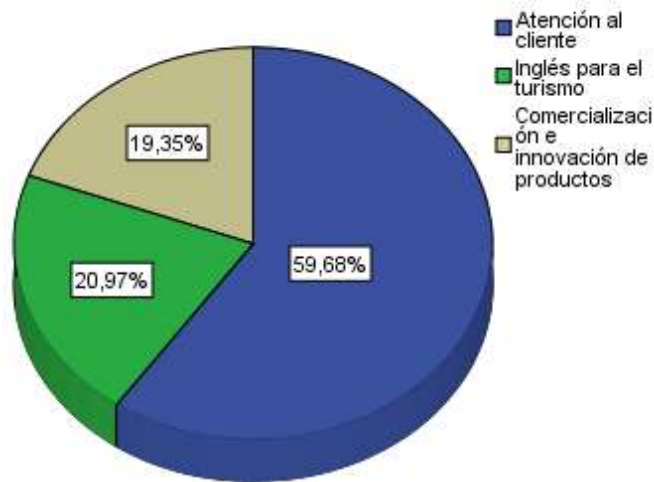


Gráfico N°10: Temáticas de las capacitaciones

Fuente: Tabla N° 11

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

Según lo expresado por las personas evaluadas, la temática tratada en las capacitaciones fue atención al cliente en el 59.68% de los casos, inglés para el turismo en el 20.97% de los casos, y comercialización e innovación de productos para el 19.35%.

Es importante que las capacitaciones se basen en atención al cliente ya que cada temporada se recibe a muchos turistas, muchos de los cuales buscan los productos que se expenden en el cantón

Tabla N°12: Apoyo del GAD para espacios publicitarios

7. Apoyo del GAD para espacios publicitarios

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	56	90,3
	No	6	9,7
	Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

7. Apoyo del GAD para espacios publicitarios

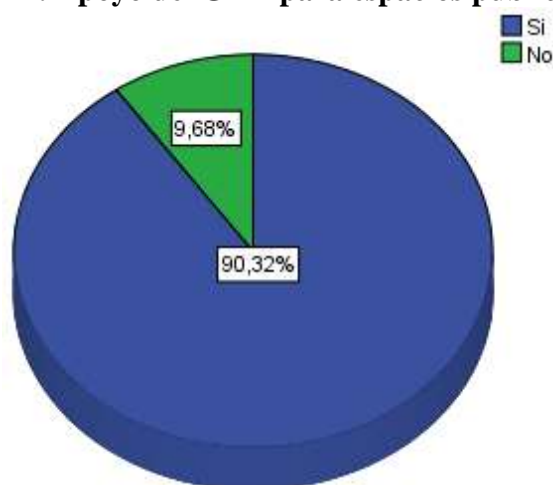


Gráfico N°11: Apoyo del GAD para espacios publicitarios

Fuente: Tabla N° 12

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

De acuerdo al 90.32% de las personas evaluadas el GAD ha apoyado a los negocios en rubros de publicidad en los diferentes espacios de promoción, en tanto que el 9.68% manifiestan no haber recibido este apoyo.

Se resalta el apoyo que da el GAD Municipal a muchos de los negocios en cuanto a publicidad de diferentes formas, faltando una pequeña franja por cubrir para llegar a todos los artesanos.

Tabla N°13: Trabajo con junto con el GAD

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	35	56,5
	No	27	43,5
Total		62	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).



Gráfico N°12: Trabajo con junto con el GAD
Fuente: Tabla N° 13
Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

De acuerdo al 56.45% de los encuestados, el GAD Municipal de Cevallos si realiza trabajos conjuntos para fortalecer el marketing y la estrategia de ventas de los negocios, en tanto que el 43.55% manifiesta que no se lo hace

El GAD muestra preocupación por fortalecer las áreas de marketing y estrategias de venta de forma conjunta con los fabricantes de calzado. Se denota también que el trabajo no ha llegado a todos los miembros, ya que un poco menos de la mitad manifestó una opinión contraria en este ítem.

Tabla N°14: Beneficio por la llegada de turistas

9. Beneficio por la llegada de turistas

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Aumento de ingresos económicos	20	32,3
Mitiga el desempleo	6	9,7
Mejora condiciones de vida	36	58,1
Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

9. Beneficio por la llegada de turistas

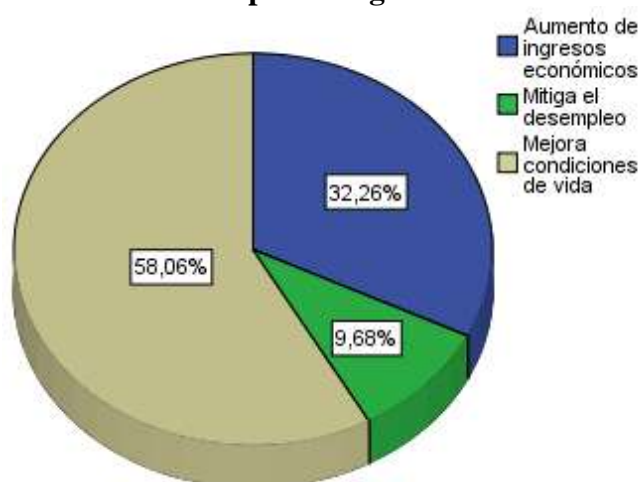


Gráfico N°13: Beneficio por la llegada de turistas

Fuente: Tabla N° 14

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

Para el 9.68% de las personas consultadas el mayor beneficio que se obtiene con la afluencia de turistas al Cantón es la mitigación del desempleo, para el 32.26% es el aumento de ingresos económicos, y para el 58.06% la mejora en las condiciones de vida.

Las personas decantan su opinión por la mejora en la condiciones de vida con la afluencia de turistas al Cantón, lo que implica no solo una mejora en el ámbito económico, sino también en lo social.

Tabla N°15: Actividad preferida de los turistas

10. Actividad preferida de los turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Atractivos naturales	2	3,2
	Gastronomía	9	14,5
	Calzado	40	64,5
	Viaje en tren	11	17,7
	Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

10. Actividad preferida de los turistas

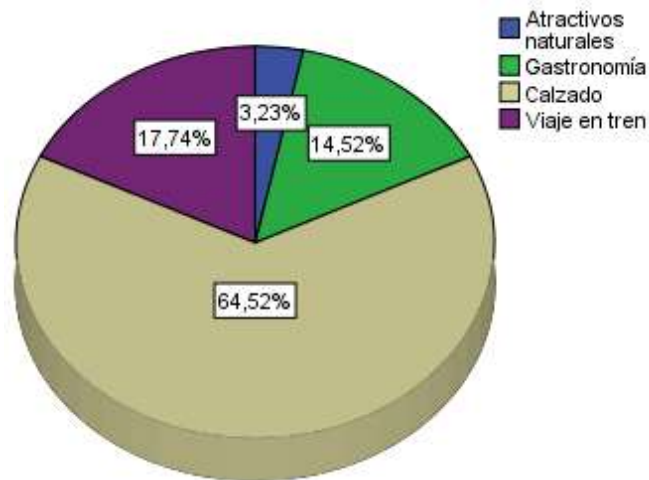


Gráfico N°14: Actividad preferida de los turistas

Fuente: Tabla N° 15

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

Lo que mayormente motiva a los turistas a visitar el cantón es la compra de calzado, de acuerdo al 64.52% de los encuestados, seguido por viaje en tren en un 17.74%, gastronomía local en un 14.52% y atractivos naturales en un 3.23%.

La fabricación de calzado constituye la principal actividad que atrae a los turistas al cantón, entonces se corrobora el motivo por el que las autoridades del GAD realizan las capacitaciones dirigidas a los fabricantes de calzado, además de darles apoyo en sus planes de marketing y ventas.

Tabla N°16: Clientes por mes

11. Clientes por mes

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	De 0 a 30	5	8,1
	De 31 a 60	19	30,6
	De 61 a 90	15	24,2
	De 91 a 120	17	27,4
	De 121 a más	6	9,7
Total		62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

11. Clientes por mes

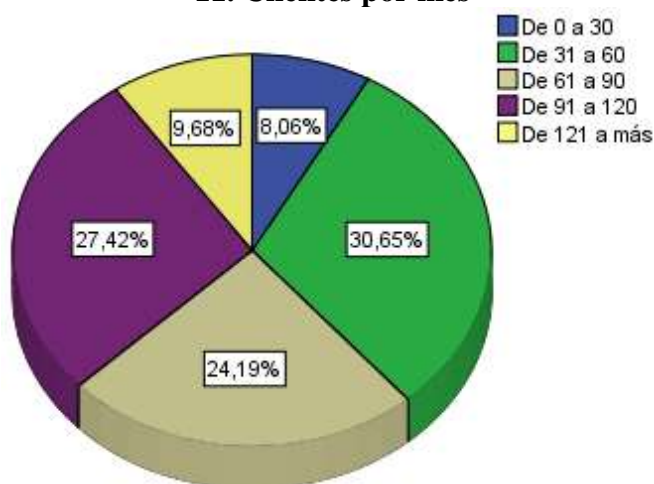


Gráfico N°15: Clientes por mes

Fuente: Tabla N° 16

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

De acuerdo a lo mencionado por los productores de calzado del Cantón Cevallos, el 8.06% de ellos reciben entre 0 a 30 clientes provenientes de otras provincias al mes, el 30.65% entre 31 y 60 clientes, el 24.19% entre 61 y 90 clientes, el 27.42% entre 91 a 120 clientes y el 9.68% más de 121 clientes.

De forma general se mantiene una cantidad de clientes estándar de entre 61 a 90 personas, revelándose además que es posible mejorar esas cifras que si la presentan algunos productores de la zona.

Tabla N°17: Peso de ventas de los turistas

12. Peso de ventas de los turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	De 0% a 15%	2	3,2
	De 16% a 30%	11	17,7
	De 31% a 45%	9	14,5
	De 46% a 60%	15	24,2
	De 61% a 75%	7	11,3
	De 76% a 90%	13	21,0
	De 91% a 100%	5	8,1
	Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

12. Peso de ventas de los turistas

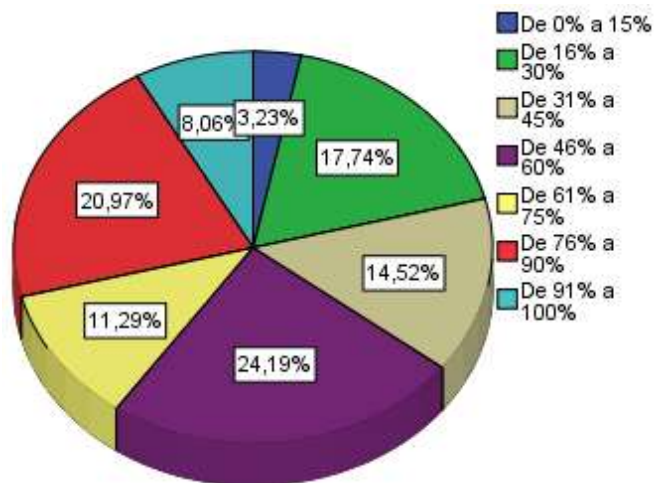


Gráfico N°16: Peso de ventas de los turistas

Fuente: Tabla N° 17

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

De las ventas totales de los productores de calzado del Cantón Cevallos, 3.2% manifiesta que de su total de ventas, lo que corresponde a lo realizado por los turistas se encuentra entre 0% al 15%, el 17.74% entre a6% y 30%, el 14.52% entre 31% y 45%, el 24.19% entre 46% y 60%, el 11.29% entre 61% y 75%, el 20.97% entre 76% y 90%, y finalmente el 8.06% entre 91% y 100%.

Los negocios muestran una gran diversidad en cuanto al peso de las ventas de los turistas respecto al total de ventas, siendo en algunos casos un valor muy elevado, lo que indica la importancia de los turistas en los negocios locales.

Tabla N°18: Ventas efectivas de clientes atendidos

13. Ventas efectivas de clientes atendidos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	20%	4	6,5
	40%	20	32,3
	60%	19	30,6
	80%	16	25,8
	100%	3	4,8
	Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

13. Ventas efectivas de clientes atendidos

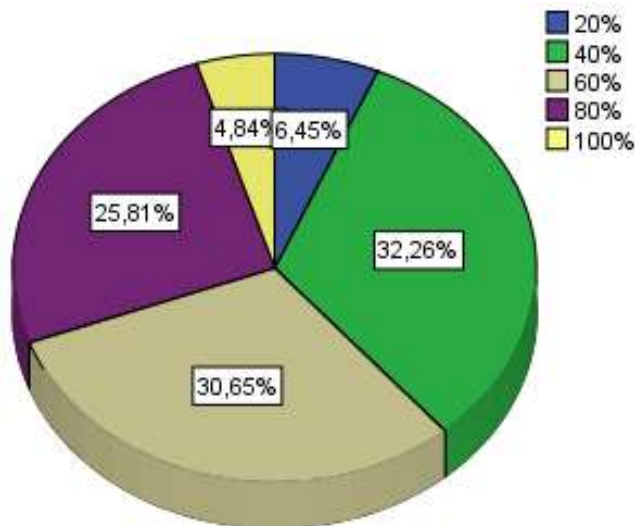


Gráfico N°17: Ventas efectivas de clientes atendidos

Fuente: Tabla N° 18

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

Para el 6.5% de los locales, el 20% de turistas que visitaron el local han comprado, para el 32.26% han comprado el 40% de turistas, para 30.65% han comprado el 60%, el 25.84% han comprado el 80% y en el caso del 4.84% han tenido un 100% de ventas a los turistas que visitaron el local.

La efectividad de atención a los clientes es muy variada, y aunque en algunas ocasiones se muestra un valor muy alto, algunos productores deben mejorar su calidad de atención.

Tabla N°19: Turismo para superación de negocios

14. Turismo para superación de negocios

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	57	91,9
	No	5	8,1
Total		62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

14. Turismo para superación de negocios

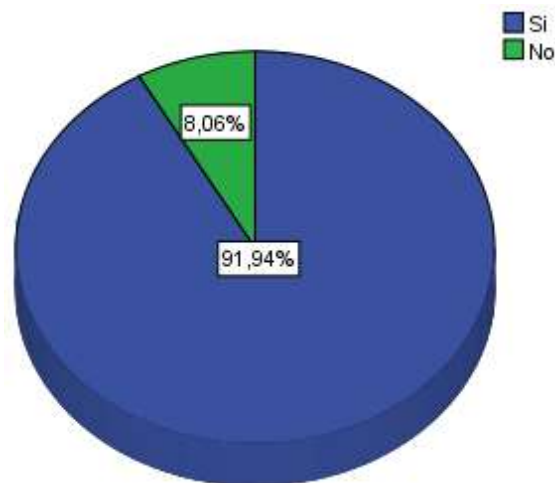


Gráfico N°18: Turismo para superación de negocios

Fuente: Tabla N° 19

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

De acuerdo a la opinión de las personas consultadas, el 91.94% considera que el turismo es una herramienta que permite la superación de los negocios en la zona, en tanto que el 8.06% considera que no es así.

Existe un criterio generalizado de que el turismo es importante para el cantón a fin de que los negocios se superen, en especial en el ámbito económico.

Tabla N°20: Presencia de servicios básicos

15. Presencia de servicios básicos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	62	100,0
	No	0	0,0
	Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

15. Presencia de servicios básicos

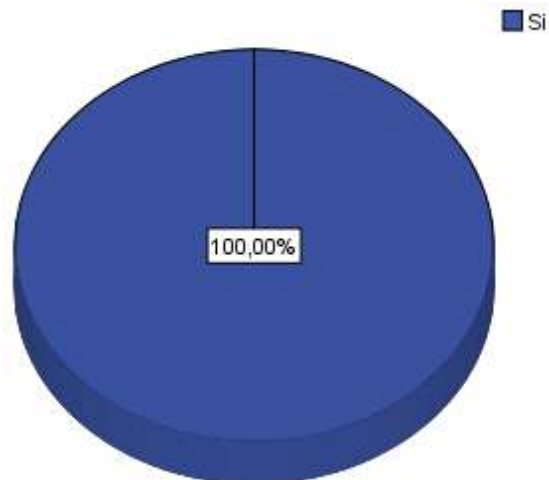


Gráfico N°19: Presencia de servicios básicos

Fuente: Tabla N° 20

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

La totalidad de las personas encuestadas manifiestan que poseen todos los servicios básicos.

No existen problemas en cuanto a la disponibilidad de servicios básicos, ya que se menciona que todas las personas lo poseen.

Tabla N°21: Asistencia a algún nivel de escolaridad

16. Asistencia a algún nivel de escolaridad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	62	100,0
	No	0	0,0
	Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

16. Asistencia a algún nivel de escolaridad

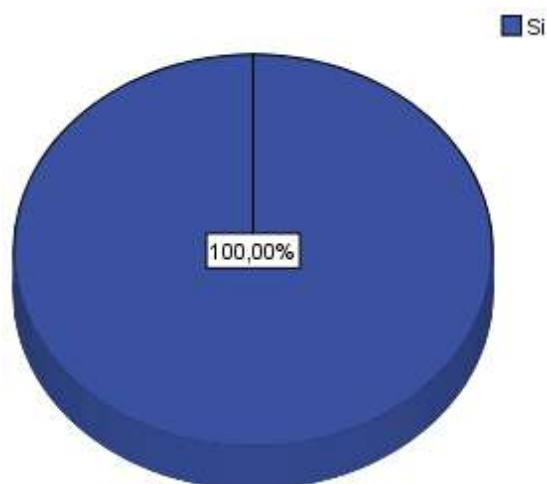


Gráfico N°20: Asistencia a algún nivel de escolaridad

Fuente: Tabla N° 21

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

Todos los hijos o miembros de los hogares de las personas encuestadas se encuentran cursando algún nivel de escolaridad.

Este punto representa un aspecto positivo de los negocios de la zona que permiten que los productos y/o sus familias pueden cursar determinados niveles de estudio que les permitirá ampliar sus horizontes sea en el mismo negocio o en otras áreas complementarias.

Tabla N°22: Clase de vivienda

17. Clase de vivienda

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Propia	42	67,7
Arrendada	17	27,4
Familiar	3	4,8
Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

17. Clase de vivienda

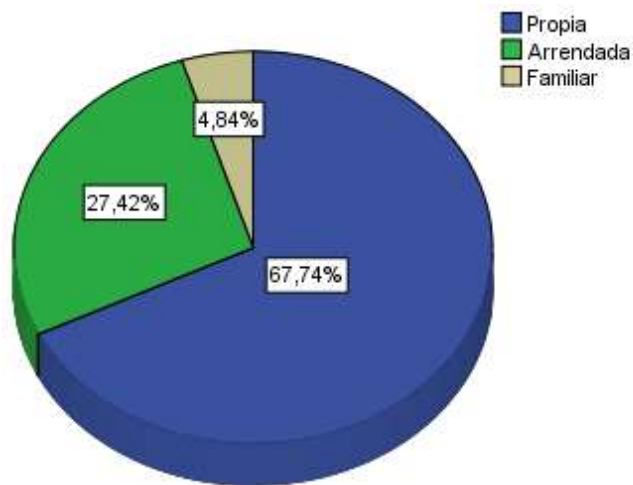


Gráfico N°21: Clase de vivienda

Fuente: Tabla N° 22

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

La vivienda en la que habitan las personas encuestas es propia en el 67.74% de los casos, arrendada en el 27.42% y familiar en el 4.84%.

La vivienda de una parte importante de la población encuestada es propia, esto ayuda a que los fabricantes de calzado puedan destinar una parte importante de sus ingresos a sus negocios, generando mayores recursos y fortaleciendo el aparato productivo del cantón.

Tabla N°23: Tipo de vivienda

18. Tipo de vivienda

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casa	41	66,1
	Departamento	9	14,5
	Cuarto	11	17,7
	Mediagua	1	1,6
	Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018)

18. Tipo de vivienda

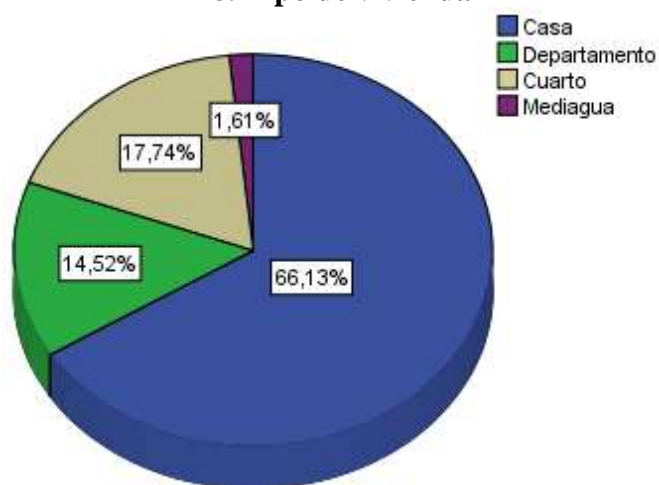


Gráfico N°22: Tipo de vivienda

Fuente: Tabla N° 23

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

En el 66.13% de los casos, las personas encuestadas viven en casas, el 14.52% viven en departamentos, el 17.74% viven en cuartos y el 1.61% viven en mediaguas.

Relacionándolo con la pregunta anterior se tiene las viviendas propias en su mayoría son casas las cuales pueden alojar de forma cómoda a una familia, por lo que se denota la posibilidad de tener una mejor calidad de vida por medio del trabajo que los fabricantes de calzado realizan.

Tabla N°24: Ingresos para una vida saludable

19. Ingresos para una vida saludable

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	62	100,0
	No	0	0,0
	Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

19. Ingresos para una vida saludable

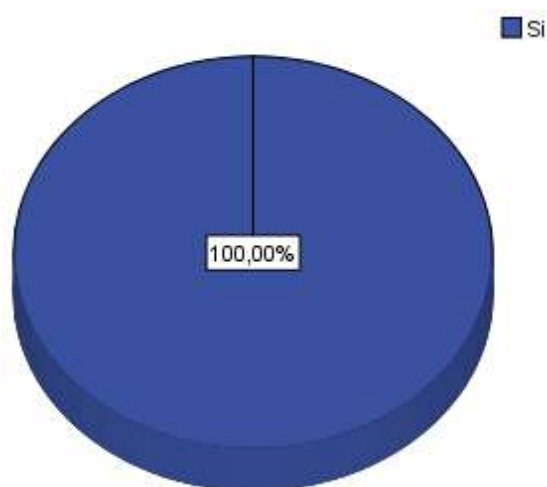


Gráfico N°23: Ingresos para una vida saludable

Fuente: Tabla N° 24

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

La totalidad de personas encuestadas coinciden en que los ingresos económicos que están percibiendo permiten dar a la familia una vida saludable.

De parte de los productores de calzado se manifiesta que con sus ingresos les es posible llevar una vida de calidad tanto ellos mismos como las de su familia gracias al trabajo que realizan en sus negocios.

Tabla N°25: Veces que se alimenta al día

20. Veces que se alimenta al día

	Frecuencia	Porcentaje
Válido 2 veces	9	14,5
3 veces	50	80,6
Más de 3 veces	3	4,8
Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

20. Veces que se alimenta al día

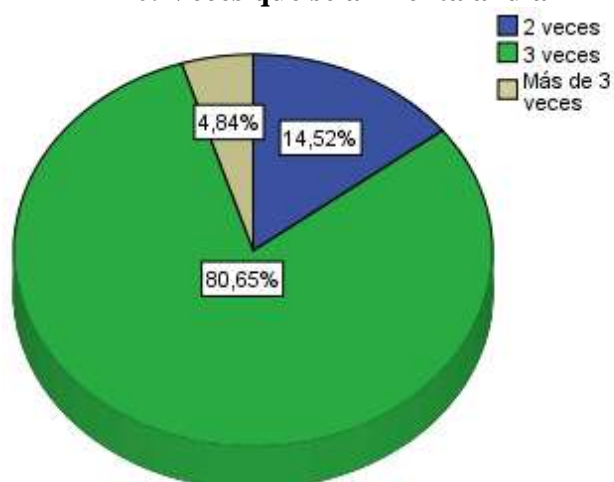


Gráfico N°24: Veces que se alimenta al día

Fuente: Tabla N° 25

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

Análisis e interpretación

En promedio el 14.52% de las personas que respondieron a la presente encuesta manifestaron que comen dos veces al día, el 80.65% come tres veces al día y el 4.84% come más de tres veces al día.

Se denota normalidad en la alimentación de las familias quienes comen casi en su totalidad 3 veces al día o más, acentuando su calidad de vida adecuada.

Tabla N°26 Turismo y mejora del nivel económico

21. Turismo y mejora del nivel económico

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Si	62	100,0
No	0	0,0
Total	62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018).

21. Turismo y mejora del nivel económico

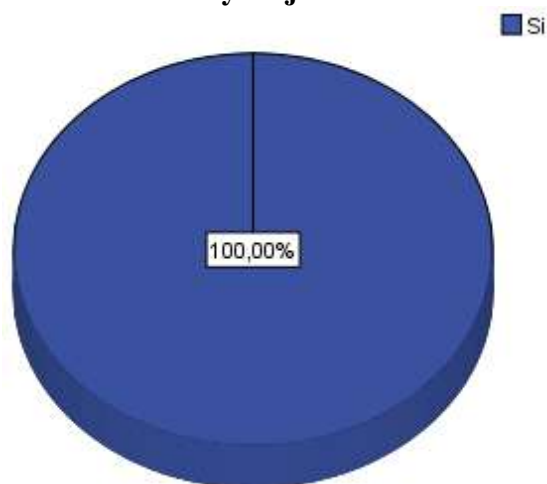


Gráfico N°25: Turismo y mejora del nivel económico

Fuente: Tabla N° 26

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018)

Análisis e interpretación

A la totalidad de las personas encuestadas el turismo ha beneficiado el nivel económico.

Se corrobora lo mencionado preguntas atrás acerca de la mejora del nivel de vida de las personas producto del turismo, existiendo una ligera discrepancia acerca de la mejora general del turismo en los negocios del cantón, aunque en su mayoría absoluta concuerdan en que el beneficio económico producto del turismo es el adecuado para sus necesidades.

Tabla N°27: Ingresos para cubrir gastos

22. Ingresos para cubrir gastos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	58	93,5
	No	4	6,5
Total		62	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018)

22. Ingresos para cubrir gastos

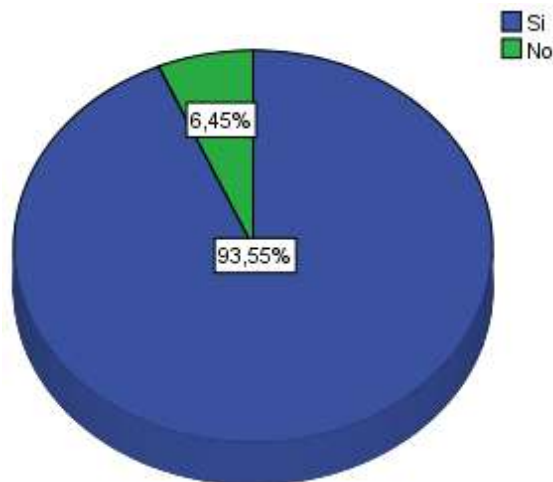


Gráfico N°26: Ingresos para cubrir gastos

Fuente: Tabla N° 27

Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018)

Análisis e interpretación

Para el 93.55% de las personas encuestadas, los ingresos que perciben les alcanza para cubrir sus gastos en el hogar, en tanto que al 6.45% no les alcanza a cubrir sus gastos.

El ingreso que poseen los fabricantes de calzado les permite vivir dignamente en casi su totalidad, lo que resalta la importancia de sus negocios en el Cantón.

4.2. Verificación de la hipótesis

Planteamiento de las hipótesis

Ho: El turismo no influye en la calidad de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos.

H1: El turismo si influye en la calidad de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos.

Selección de la prueba

Al tratarse de preguntas dicotómicas se selecciona la prueba Chi cuadrado.

Tablas

Se presenta a continuación la tabla de frecuencias observadas y esperadas:

Tabla cruzada 14. ¿Considera que el turismo es una herramienta que permite la superación de los negocios de la zona?* **22. ¿Los ingresos económicos que percibe, alcanza para cubrir los gastos de su hogar?**

			22. ¿Los ingresos económicos que percibe, alcanza para cubrir los gastos de su hogar?		Total
			Si	No	
14. ¿Considera que el turismo es una herramienta que permite la superación de los negocios de la zona?	Si	Recuento	55	2	57
		Recuento esperado	53,3	3,7	57,0
	No	Recuento	3	2	5
		Recuento esperado	4,7	,3	5,0
Total		Recuento	58	4	62
		Recuento esperado	58,0	4,0	62,0

Tabla N 28; Frecuencias observadas y esperadas
Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018)

Fo	Fe	Fo-Fe	(Fo-Fe)²	(Fo-Fe)²/Fe
55	53,322581	1,6774194	2,8137357	0,0527682
3	4,6774194	-1,677419	2,8137357	0,6015573
2	3,6774194	-1,677419	2,8137357	0,7651387
2	0,3225806	1,6774194	2,8137357	8,7225806
TOTAL				10,142045

Tabla N°29: Cálculo del estadístico
Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018)

Con $(c-1)(n-1) = (2-1)(2-1) = 1$ grados de libertad con 95% de aceptación, el valor de tabla de Chi cuadrado es 3.8415. Por tanto si el Chi cuadrado calculado supera este valor se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la nula.

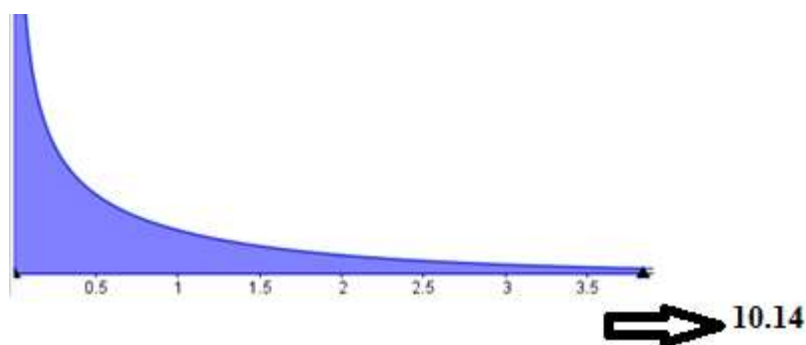


Gráfico N° 27: Gráfico Chi cuadrado
Elaborado por: ULLOA, Elizabeth (2018)

Conclusión de la hipótesis.

De acuerdo a lo observado en las tablas, el Chi cuadrado calculado es mayor que el de la tabla ($10.14 > 3.8415$), se acepta la H1 y se rechaza Ho, es decir el turismo sí influye en la calidad de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos.

Como se ha podido observar las preguntas se han relacionado directamente con los objetivos.

La gestión del turismo se ve reflejada desde la pregunta número cinco a la pregunta número catorce, en donde se puede observar que para los negocios de la zona esta actividad es de vital importancia ya que se reconoce como una de las principales fuentes de ingreso para los productores, situación que incluso el GAD reconoce y por

ello ha realizado los diferentes talleres para sus artesanos. Una evidencia acerca de lo que significa el turismo para el cantón Cevallos lo menciona Sandoval (2017), cuando al hablar de los gastos que realizan los turistas en la llamada Ruta del Hielo 2, un 85% gasta más dinero en Cevallos que en cualquier otra ciudad de la ruta, y para el 35% fueron los zapatos los productos más destacables (solo superado por la mermelada). La autora menciona que en Cevallos se gasta más porque “existen más emprendimientos y más productos que ellos pueden adquirir” (p. 50). Cevallos entonces está realizando una gran gestión turística, y aunque es muy conocida por sus zapatos, también surgen otros negocios como el de las mermeladas, también muy apetecidas por los turistas.

En las preguntas número quince a la pregunta número veinte y dos se obtiene información sobre la calidad de vida en el cantón Cevallos, y en donde se refleja que los habitantes disfrutan de un buen nivel de vida, plasmados en la capacidad económica de los mismos que les permite tener todos los servicios básicos, a más de un buen nivel de educación y vivienda.

Respecto a la relación del turismo con la calidad de vida del cantón Cevallos fue posible observar por medio de la verificación de la hipótesis que las dos variables se encuentran relacionadas, situación que coincide con lo concluido por Sandoval (2017), que manifiesta que:

la visita de los turistas a las ciudades del recorrido turístico impacta directamente en la economía del Cantón Cevallos, ampliación evidente en su estructura comercial... con el turismo el beneficio no está vinculado únicamente a los actores directos; por el contrario se puede relacionar a este fenómeno económico como un fenómeno natural, cuando llueve moja a todos; en este caso el turismo se dispersa y brinda una oportunidad global de crecimiento de la economías, mejorando la calidad de vida y produciendo satisfacción en quienes participan en el mejor potencial de nuestro país, el turismo.(p. 50)

De esta forma es posible evidenciar y corroborar el impacto del turismo ya no solo en el sector económico dedicado a ello sino que esta actividad beneficia a todos quienes se hallen involucrados en la misma, más aún en el catón Cevallos.

4.3. Limitaciones del estudio

Como toda investigación de campo, existieron ciertos inconvenientes al momento de realizar la investigación, entre las que se cita:

- Existió cierto recelo natural a las preguntas de realizadas en el trabajo de campo por cuanto anteriormente ya han sido encuestados para otras investigaciones aun sin tener una temática similar a la presentada en este trabajo. Esta situación provoco un retraso parcial en el desarrollo del proyecto.
- Luego, al ser negocios propios en donde el propietario debe encargarse de múltiples tareas, en más de una ocasión fue muy difícil encontrar a los dueños de los negocios, o que puedan tomarse un tiempo para desarrollar la encuesta con calma.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Luego de la investigación “EL TURISMO Y EN LA CALIDAD DE VIDA DE LOS PRODUCTORES DE CALZADO DEL CANTÓN CEVALLOS”, se llega a las siguientes conclusiones

Del objetivo específico número uno: “Analizar la gestión del Turismo en el Cantón Cevallos para diagnosticar su situación actual”

- Se evidencia un trabajo conjunto de los comerciantes de calzado y el GAD de Cevallos, ya que este último provee de capacitaciones importantes para que los miembros de la asociación puedan mejorar su atención, sus ventas y su nivel de rentabilidad. Sin embargo se denota que la difusión de las capacitaciones ha tenido ciertas fallas ya que existe divergencia en las respuestas de la periodicidad con la que se imparten las mismas (el 14,5% menciona 6 meses, 48.4% menciona 9 meses y 37.1% 1 año), además de que no da el alcance a todas las personas en especial en temas de marketing, ya que se menciona que al 56.45% de las personas han obtenido este beneficio. Es posible además que exista cierto grado de desinterés por parte de los comerciantes a asistir a estas capacitaciones o desconfianza al apoyo en el marketing del cantón.

Del objetivo específico número dos: “Identificar los factores determinantes que inciden en la calidad de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos”

- El factor predominante que incide en la calidad de vida de las personas es el económico (el 100% de los casos menciona que el turismo mejora la calidad económica de los habitantes), ya que mediante este factor es posible dotar de educación a la familia del productor (en el 100% de los casos algún miembro

de la familia está estudiando en algún nivel de estudios), servicios básicos (el 100% de las personas poseen servicios básicos), vivienda propia (el 67.74% posee vivienda propia). Este factor económico se obtiene en una proporción importante de las ventas realizadas a los turistas que visitan el cantón en busca de calzado.

Del objetivo específico número tres: “Determinar la contribución que el turismo tiene en la calidad de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos”

- De acuerdo a lo expresado por las personas consultadas en el presente trabajo de investigación, el turismo ha repercutido positivamente en la vida de las familias de los productores de calzado del Cantón Cevallos (el 91.94% considera que los negocios han mejorado con la presencia del turismo), debido a que en una mayoría absoluta manifiestan tener un desarrollo económico que abastece las necesidades más básicas de la población, y logrando que la calidad de vida en general del Cantón sea la adecuada.

5.2. Recomendaciones

- Debe difundirse de una forma más efectiva los cursos y capacitaciones que brinda el GAD de Cevallos a fin de que todos los comerciantes tengan la oportunidad de aprovechar los beneficios que brindan esta clase de apoyos. Y desde luego es importante que los comerciantes asistan para informarse de mejor forma acerca de nuevas técnicas e información relevante tanto en el ámbito productivo así como en las ventas y atención al cliente.
- Es importante que los productores de calzado inviertan el dinero obtenido de las ventas en sus negocios para mejorar aún más su nivel de ventas. Además se debe realizar campañas de marketing adicionales pensando en atraer un mayor número de turistas, resaltando la calidad del producto y la belleza del cantón.
- Se debe apoyar a más del sector del calzado a otros negocios y empresas del cantón a fin de que el desarrollo económico sea integral, logrando una mejor experiencia para los turistas al acercarse a adquirir sus productos en el Cantón.

Referencias bibliográficas

- Aguilar Barrojas, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*, 333-338.
- Andes. (6 de Abril de 2018). *Balanza turística de Ecuador con saldo positivo en 2017*. Obtenido de <https://www.andes.info.ec/es/noticias/turismo/1/balanza-turistica-de-ecuador-con-saldo-positivo-en-2017-para-publicar-sabado-7-04-18>
- Ardila, R. (2003). Calidad de Vida: Una definición integradora. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 161-164.
- Brenes, E. (2007). Propuesta de un índice para la medición de la calidad de vida en Costa Rica. *Revista de Ciencias Sociales* , 113-132.
- Camacho, J. (2002). Turismo y eficiencia: tendencias regionales . *Revista de Investigaciones Regionales* , 33-58.
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la calidad*. Madrid: Pearson Education S.A.
- Carrazana , A. (2017). Las relaciones internacionales y el turismo . *Revista de Economía y Desarrollo*, 211-224.
- D'Angelo, S. (15 de Julio de 2016). *Población y Muestra*. Obtenido de [http://med.unne.edu.ar/sitio/multimedia/imagenes/ckfinder/files/files/aps/POBLACI%C3%93N%20Y%20MUESTRA%20\(Lic%20D'Angelo\).pdf](http://med.unne.edu.ar/sitio/multimedia/imagenes/ckfinder/files/files/aps/POBLACI%C3%93N%20Y%20MUESTRA%20(Lic%20D'Angelo).pdf)
- El Comercio. (17 de Marzo de 2012). *Cevallos, una nueva zona de turismo*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/cevallos-nueva-zona-turismo.html>
- El Comercio. (18 de Marzo de 2017). *Ambato y Baños lideraron visitas turísticas en Tungurahua*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ambato-banos-visitas-turismo-tungurahua.html>
- El Universo. (17 de Marzo de 2012). *Cevallos, una nueva zona de turismo*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/cevallos-nueva-zona-turismo.html>
- Entorno Turístico. (12 de Octubre de 2018). *Cuáles son los tipos de turismo que existen?* Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>

- Fernández, J. (2015). El impulso económico mediante el turismo en África subsahariana. *Estudios de Asia y África*, 77-115.
- Filippim, M., Hoffman, V., & Feger, J. (2010). Turismo e impacto social: análise da instalação de um empreendimento hoteleiro sob a ótica da população local. *Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*, 1-9.
- Gamborota, D. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local . *Revista Geográfica Venezolana*, 346-359.
- Linares , H. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo . *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 453-466.
- Ministerio de Turismo. (2017). *Boletín de Estadísticas Turísticas 2012-2016*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017.
- Mintzberg, H., Brian Q., J., & Voyer, J. (1997). *El Proceso Estratégico. Conceptos, Contextos y Casos*. México: Editorial Prentice Hall.
- Monje Álvarez, C. A. (2011). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa*. Neiva: Programa de Comunicación Social y Periodismo - Universidad Surcolombiana.
- Moreira, M., Prevot, R., & Segre, L. (2010). ¿Cuál es el papel del turismo en el desarrollo local?: Un análisis crítico del cluster turístico de Santa Teresa. *Estudios y perspectivas del turismo*, 812-834.
- Navarrete, C. (17 de Marzo de 2012). *Aspectos positivos y negativos del turismo*. Obtenido de <http://introduccionturistica.blogspot.com/>
- OMT. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2017*. UNTWO.
- OMT. (4 de Julio de 2018). *¿Por qué el Turismo?* Obtenido de <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Organización Mundial del Turismo. (7 de Septiembre de 2017). *Turismo internacional - 2017 presenta los mejores resultados semestrales de los últimos siete años*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/press-release/2017-09-08/turismo-internacional-2017-presenta-los-mejores-resultados-semestrales-de-l>
- Orgaz, F. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable*.

- Ortiz, M. (2012). Análisis de los Microcréditos, calidad de vida y mejora de procesos. *Revista de Economía Mundial*, 138-142.
- Osorio, J. (2008). Innovación del turismo. *Innovar*, 151-152.
- Pastor, A. (2003). Turismo, cultura y medio ambiente. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 145-153.
- Pimentel, L. (Septiembre de 1999). *Introducción al Concepto de Planificación Estratégica*. Obtenido de http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.2.pdf
- Rojas Cairampoma, M. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *REDVET. Revista Electrónica de Veterinaria*, 1-14.
- Rojas Crotte, I. R. (2011). Elementos para el diseño de técnicas de investigación científica: una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica. *Tiempo de Educar*, 277-297.
- Sanca Tinta, M. D. (2011). Tipos de investigación científica. *Revistas Bolivianas*.
- Sandoval, J. (2017). Impacto económico generado en los emprendedores de servicios en la ruta turística "Tren de Hielo 2", Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 44-51.
- Sierra Gúzman, M. P. (18 de Julio de 2016). *Types of Research*. Obtenido de http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa3/tipos_investigacion.pdf
- Tirado, D. (15 de Agosto de 2018). *Introducción: Conceptos Económicos Básicos*. Obtenido de <http://www.uib.cat/depart/deaweb/webpersonal/dolorestirado/archivos/concp-3.pdf>
- Tuesca Molina, R. (2005). La calidad de Vida, su importancia y cómo medirla. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 76-86.
- UAM. (15 de Agosto de 2018). *Actividad económica y contabilidad*. Obtenido de http://www.uam.es/personal_pdi/economicas/fgimenezba/Conta%20general/Tema1teoria.pdf

- Valdés, L., Valle, E. d., & Sustacha, I. (2011). El conocimiento del turismo en el ámbito regional. *Cuadernos de Turismo*, 931-952.
- Vera Núñez, R. (2005). Elementos constitutivos para medir la pobreza y la calidad de vida . *Revista de Espacios Públicos* , 176-189.

ANEXOS

ANEXO 1



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



Proyecto de Investigación: El turismo y la calidad de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos.

Dirigido: A los productores de calzado del Cantón Cevallos.

Objetivo: Analizar el impacto que genera el turismo en la calidad de vida de los productores de calzado del Cantón Cevallos.

Motivación: Saludos, por favor responder con seriedad el siguiente cuestionario con el fin de obtener información precisa y confiable, que será de uso confidencial, con el objetivo de mejorar el impacto que genera el turismo en la calidad de vida de los productores de calzado del cantón Cevallos.

Instrucciones: Selecciones la respuesta adecuada de acuerdo a su criterio o experiencia en la pregunta a realizar.

1. Género:

Masculino	
Femenino	

2. Edad

Entre 18 y 25	
Entre 26 y 40	
Entre 41 y 50	
Entre 51 o mas	

3. Estado Civil:

Soltero (a)	
Casado (a)	
Divorciado (a)	
Viudo (a)	

4. ¿Nivel de Instrucción?

Primaria	
Secundaria	
Superior	
Ninguna	

5. ¿Cada que tiempo el GAD Municipal del Cantón les brinda capacitaciones?

6 meses	
9 meses	
1 año	

6. ¿Cuáles han sido las temáticas de las capacitaciones que le ha brindado el GAD Municipal del Cantón?

Atención al cliente	
Inglés para el turismo	
Comercialización e innovación de productos	
Otro	

Cual _____

7. ¿En cuestión publicitaria el GAD Municipal del Cantón les ha apoyado con rubros de publicidad dentro de espacios televisivos, radiales o prensa escrita?

Si	
No	

8. ¿Realiza Ud. trabajos conjuntos con el GAD Municipal del Cantón para fortalecer el marketing y la estrategia de ventas?

Si	
----	--

No	
----	--

9. ¿Qué beneficio considera que es el más importante que se obtiene con la afluencia de turistas al cantón?

Aumento de ingresos económicos	
Mitiga el desempleo	
Mejora condiciones de vida	

10. ¿Cuál es la principal actividad que atrae a los turistas a visitar el cantón?

Atractivos Naturales	
Gastronomía	
Calzado	
Viaje en tren	

11. ¿Cuántos clientes provenientes de otras ciudades y/o provincias recibe usted al mes?

De 0 a 30	
De 31 a 60	
De 61 a 90	
De 91 a 120	
De 121 a mas	

12. Del total de sus ventas ¿Qué porcentaje aproximado corresponde las realizadas a los turistas?

De 0 % a 15%	
De 16% a 30%	
De 31% a 45%	
De 46% a 60%	
De 61% a 75%	
De 76% a 90%	
De 91% a 100%	

13. Del total de clientes atendidos ¿Qué porcentaje de turistas han realizado una compra en su local?

20%	
40%	
60%	
80%	
100%	

14. ¿Considera que el turismo es una herramienta que permite la superación de los negocios de la zona?

Si	
No	

15. ¿Cuenta Ud. con todos los servicios básicos?

Si	
No	

16. ¿Sus hijos y/o familia se encuentran cursando algún nivel de escolaridad?

Si	
No	

17. ¿La vivienda en la que habita es?

Propia	
Arrendada	
Familiar	

18. ¿El tipo de vivienda en la que habita es?

Casa	
Departamento	
Cuarto	
Mediagua	
Otro	

Cual _____

19. ¿Sus ingresos económicos le permiten dar a su familia una vida saludable?

Si	
No	

20. ¿Cuántas veces en promedio se alimenta Ud. al día?

2 veces	
3 veces	
Más de 3 veces	

21. ¿El turismo le ha beneficiado en su nivel económico?

Si	
No	

22. ¿Los ingresos económicos que percibe, alcanza para cubrir los gastos de su hogar?

Si	
No	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN