

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
MODALIDAD: PRESENCIAL**

**INFORME FINAL DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

TEMA:

**“RUTAS TURÍSTICAS DE COMPRAS Y SU INFLUENCIA EN EL
DESARROLLO ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DEL
CANTÓN PELILEO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

AUTOR: Guato Pilatuña, Olguer Javier.

Tutor: Lcdo. Mg. Oscar Alberto Abril Flores

Ambato-Ecuador

2014

**APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O
TITULACIÓN**

CERTIFICA:

Yo, Lcdo. Mg. Oscar Alberto Abril Flores C.C 180329262- 0 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“RUTAS TURISTICAS DE COMPRAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DEL CANTÓN PELILEO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**. Desarrollado por el egresado Olguer Javier Guato Pilatuña, considero que dicho informe Investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Ambato, 31 de Enero del 2014

.....

**Lcdo. Mg Oscar Alberto Abril Flores
TUTOR**

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien basado en los estudios realizados durante la carrera, investigación científica, revisión documental y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la Investigación. Las ideas, opiniones y comentarios vertidos en este informe, son exclusiva responsabilidad del autor.

Ambato, 31 de Enero del 2014

.....
Guato Pilatuña Olguer Javier

C.C.: 180423201-3

AUTOR

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: **“RUTAS TURISTICAS DE COMPRAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DEL CANTÓN PELILEO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”** autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.

Ambato, 31 de Enero del 2014

Guato Pilatuña Olguer Javier

C.C.: 180423201-3

AUTOR

**AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

La comisión de estudio y calificación del informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“RUTAS TURISTICAS DE COMPRAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DEL CANTÓN PELILEO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, presentado por el Sr. Olguer Javier Guato Pilatuña, egresado de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción: Septiembre 2012 – Febrero 2013, una vez revisada y calificada la investigación, **APRUEBA** en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios:

Por lo tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

Ambato, 14 de abril de 2014

LA COMISIÓN

.....
Lcdo. Mg. José Luis Núñez
MIEMBRO

.....
Lcdo. Raúl Tamayo
MIEMBRO

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo con amor a mis queridos abuelitos que me ayudaron todos los días con su apoyo incondicional, sus consejos y valores, los mismos que me ayudaron a culminar mis estudios.

Con gratitud a mi querida Universidad en cuyas aulas mis maestros me dieron todo de sí para que crezca física, mentalmente y Profesionalmente.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios porque me da la oportunidad de vivir día a día, la inteligencia, la fuerza, la salud, y el anhelo de seguir siempre a delante para culminar mi etapa estudiantil.

A nuestros maestros que con paciencia, dedicación y entusiasmo nos impartieron sus conocimientos.

De manera especial a mi tutor Lcdo. Mg. Oscar Abril por su predisposición y carisma de orientador.

A nuestros compañeros y amigos que me brindaron su amistad y me apoyaron incondicionalmente en el transcurso de mi vida universitaria.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Tabla de contenido

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN.....	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iv
AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

TEMA:	3
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2.1. Contextualización.....	3
1.2.2. Análisis Crítico.....	8
1.2.3. Prognosis.....	9
1.2.4. Formulación del problema	9
1.2.5. Interrogantes.....	9

1.2.6. Delimitación del problema.....	9
1.3. JUSTIFICACIÓN	10
1.4. OBJETIVOS	11
1.4.1. Objetivo general	11
1.4.2. Objetivos específicos	11

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	12
2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	15
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	15
2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	20
Subordinación conceptual	21
2. 4.1. Fundamentación Teórica Variable Independiente	23
2.4.2. Fundamentación Teórica Subordinación Variable Independiente	26
2.4.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA VARIABLE DEPENDIENTE (Desarrollo Económico).....	28
2.4.4. Fundamentación Teórica Subordinación Variable dependiente	46
2.5. HIPÓTESIS.....	49
2.6. SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES	49

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE	50
3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	50
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	50
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	51

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	52
3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	54
3.7. PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	54

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	55
4.2. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	68
4.2.1 Planteamiento de la hipótesis	68
4.2.2 Selección del nivel de significación	68
4.2.3 Descripción de la población	68
4.2.4 Especificación de la estadística	68
4.2.5 Especificación de las regiones de aceptación y rechazo	69
4.2.6 Recolección de datos y cálculos de lo estadístico	70

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES:	72
5.2 RECOMENDACIONES:.....	73

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS	74
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	74
6.3 JUSTIFICACIÓN	75
6.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	76
6.4.1. Objetivo General	76
6.4.2. Objetivos Específicos.....	76

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	76
6.5.1. FACTIBILIDAD OPERATIVA	76
6.5.2. FACTIBILIDAD ECONÓMICA.....	77
6.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	77
6.7 METODOLOGÍA DE LA PROPUESTA (modelo operativo).....	79
6.7.1. DESARROLLO OPERATIVO DE LA PROPUESTA	80
6.8. Administración.....	106
6.9. Previsión de la evaluación.....	106
MATERIALES DE REFERENCIA	107
1. BIBLIOGRAFÍA.....	107
2. REFERENCIAS DE PAGINAS WEB	108
ANEXOS.....	110

ÍNDICE DE TABLAS

Cuadro N° 1 Productos Turísticos.....	24
Cuadro N° 2 Rutas Turísticas de compras.....	52
Cuadro N° 3 Desarrollo económico	53
Cuadro N° 4 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	54
Cuadro N° 5.....	55
Cuadro N° 6.....	56
Cuadro N° 7.....	57
Cuadro N° 8.....	58
Cuadro N° 9.....	59
Cuadro N° 10.....	60
Cuadro N° 11.....	61
Cuadro N° 12.....	62
Cuadro N° 13.....	63
Cuadro N° 14.....	64
Cuadro N° 15.....	65
Cuadro N° 16.....	66
Cuadro N° 17.....	67
Cuadro N° 18 Descripción de la población.....	68
Cuadro N° 19 Frecuencias esperadas	69
Cuadro N° 20 Frecuencias Esperadas.....	69
Cuadro N° 21 GRADO DE LIBERTAD	70
Cuadro N° 22 Chi Cuadrado Cálculo.....	70
Cuadro N° 23 Factibilidad económica.	77
Cuadro N° 24 Modelo Operativo	79
Cuadro N° 25 Alojamiento.....	98
Cuadro N° 26 Restaurantes	99
Cuadro N° 27 distancia y tiempo.....	102
Cuadro N° 28 previsión y evaluación.....	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Árbol de problemas.....	7
Gráfico N° 2 Superordinación conceptual (Red de Inclusión Conceptual).....	20
Gráfico N° 3 Subordinación conceptual:.....	21
Gráfico N° 4 Subordinación conceptual.....	22
Gráfico N° 5	55
Gráfico N° 6	56
Gráfico N° 7	57
Gráfico N° 8	58
Gráfico N° 9	59
Gráfico N° 10	60
Gráfico N° 11	61
Gráfico N° 12	62
Gráfico N° 13	63
Gráfico N° 14	64
Gráfico N° 15	65
Gráfico N° 16	66
Gráfico N° 17	67
Gráfico N° 18 Curva estadística de Aceptación y Rechazo.	70
Gráfico N° 19 Ubicación geográfica	81
Gráfico N° 20 ruta turística de compras	100
Gráfico N° 21 paquete turístico presentación frontal y posterior.....	105

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
EN LA MODALIDAD DE ESTUDIOS PRESENCIAL

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “RUTAS TURISTICAS DE COMPRAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DEL CANTÓN PELILEO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”.

AUTOR: Olguer Javier Guato Pilatuña

TUTOR: Lcdo. Mg. Oscar Alberto Abril Flores

RESUMEN:

El presente trabajo de tesis se ha realizado con el propósito de garantizar un aporte significativo al turismo, así como también el desarrollo económico en el cantón Pelileo provincia de Tungurahua, debido a que el cantón Pelileo es de paso obligatorio hacia la Amazonía ecuatoriana y de regreso, cuenta con sectores artesanales, culturales e industriales, en los cuales se ha pensado realizar una ruta turística de compras en la cual los turistas que lleguen al cantón tengan varias opciones de compra y lugares a visitar, ya que en los sectores inmersos en la ruta turística se ofrece variada gama de productos tales como; artesanías, jeans, muebles, etc. Pelileo siendo eminentemente comercial se a posesionado con sus productos a nivel nacional e internacional por lo que principalmente puede ofrecer a los turistas un turismo netamente ligado a la actividad comercial y cultural, siendo el turismo generador de plazas de empleo ya sea directa o indirectamente, con estas opciones se puede ofrecer a los habitantes del cantón y la provincia un mejor estilo de vida.

Palabras clave: Desarrollo, turismo, comercial, producto, cultural, generador.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo trata de: “Rutas turísticas de compras y su influencia en el desarrollo económico de los comerciantes del cantón Pelileo provincia de Tungurahua”, la estructura de investigación tuvo que seguir una secuencia de pasos que se explicarán a continuación mediante una síntesis.

CAPÍTULO I

En el primer capítulo se trató sobre las problemáticas, causas y efectos, del tema de investigación, se realizó una contextualización dividida en tres niveles, macro, meso y micro, además, se desarrolló la prognosis del problema y se delimitó el contenido en tiempo y espacio, otro aspecto importante es que se pudo definir y aclarar los objetivos a nivel general y específico para encaminar el trabajo de mejor manera.

CAPÍTULO II

En éste capítulo se pudo tratar los antecedentes investigativos en las cuales se pudo destacar las conclusiones y recomendaciones de la tesis “La promoción de nuevas rutas turísticas y su incidencia en el desarrollo turístico de la provincia de Tungurahua”, también se fundamentó filosóficamente la investigación para medir el desarrollo económico de los comerciantes y legalmente para conocer las leyes que pueden amparar el documento, se desarrolló las categorías fundamentales y la subordinación conceptual de las dos variables para delimitar el presente trabajo investigativo, la hipótesis y finalmente el señalamiento de las variables.

CAPÍTULO III

Está integrado por la metodología del trabajo, el enfoque, la modalidad de investigación, el nivel o el tipo de investigación, la asociación de variables, el muestreo respectivo, operacionalización de variables, el plan de recolección de información, y el plan de procesamiento y análisis.

CAPÍTULO IV

En este capítulo se trató sobre los resultados de las encuestas, las mismas que fueron tabuladas para poder calcular el chi cuadrado, y la posterior verificación de hipótesis.

CAPÍTULO V

Trata sobre las conclusiones y recomendaciones que se vio pertinente mencionar.

CAPÍTULO VI

En este capítulo consta de toda la información y pasos necesarios para realizar de manera eficientemente la propuesta de tesis en los cuales consta de los datos informativos, antecedentes de la propuesta, objetivos para delimitar la propuesta, se analizó la factibilidad operativa y económica, se fundamentó teóricamente se realizó la metodología de la propuesta, desarrollo operativo de la propuesta, además información histórica, cultural y turística de los sitios a visitar y además los mapas respectivos del país, provincia, y cantón.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

TEMA:

“RUTAS TURISTICAS DE COMPRAS Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LOS COMERCIANTES DEL CANTÓN PELILEO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Contextualización.

El Ecuador es un país turístico por excelencia y se ha esforzado por muchos años en dar prioridad al desarrollo del turismo en varias categorías (turismo ecológico, de aventura, etc.) es por eso que el gobierno toma en cuenta estas actividades dentro del presupuesto estatal y por medio del Banco Nacional de Fomento y otras instituciones financieras hacen posible el financiamiento para la creación y desarrollo de la actividad turística en todo el país, siendo una de las principales actividades económicas en el Ecuador, ya que genera una importante derrama económica, inversión, empleos directos e indirectos, y contribuye al crecimiento económico y al progreso social del país, pues favorece la realización de actividades que atienden la demanda de los turistas como el hospedaje, trekking, rafting, cabalgatas, alimentación, transporte, diversión, el conocimiento de tradiciones, atractivos y de la cultura, entre otras.

El turismo interno que practica el Ecuador contribuye a equilibrar la economía nacional mediante la redistribución del ingreso. Al mismo tiempo, por la cantidad

de servicios que requiere, el turismo es un factor de creación de empleos en diferentes actividades.

Ecuador es un país multiétnico y pluricultural, lo que lo convierte en una joya para los visitantes, atraídos por esta diversidad de gente y de costumbres. El patrimonio de los pueblos está en su cultura, en la arquitectura, las artes, el folklore, todo esto plasmado en el teatro, la música, la danza, las herencias ancestrales o en expresiones arquitectónicas coloniales y modernas.

En todas las regiones del Ecuador, coloridos mercados indígenas y fiestas populares atraen a los visitantes nacionales y extranjeros. El famoso mercado de Otavalo es una perfecta combinación de cultura milenaria, tradiciones, sonidos exóticos y sabores andinos.

El Ecuador desde 1995 viene aplicando, en el marco del Mercado Común Andino, el Arancel Externo Común Andino conjuntamente con Venezuela, Colombia, Perú y Bolivia. Con el cual le ha permitido incursionar en los mercados internacionales siendo hoy en día uno de los mercados importantes de la región. La provincia de Tungurahua desde mucho tiempo atrás ha sido uno de los referentes comerciales del país ya que con empeño y esfuerzo de los tungurahueses la provincia hoy en día es una de las más importantes centros de comercio del país, en esta se han incluido a todos los 9 cantones que tiene la provincia de Tungurahua. En los cantones y parroquias rurales se desempeñan diversas actividades que engrandecen al hombre y a la tierra, visitando el lugar de producción es donde se puede dar el valor real al producto adquirido. Y es ahí donde podremos adquirir artículos de cuero, artesanías, muebles, instrumentos musicales, confecciones de Jeans y calzado. Con la ayuda de los infocentros y la información que se pondrán en los terminales y aeropuertos se pretende dar a conocer toda la provincia de Tungurahua.

En la provincia de Tungurahua contamos con una gran variedad de atractivos turísticos como: El Parque Nacional Llanganates, museos, iglesias, plazas, lagunas, ríos, volcanes, paisajes, complejos turísticos, etc. Es por esta razón principalmente que se ha podido detectar la potencialidad de la Provincia en el turismo y de esta forma hoy en día, gracias a un esfuerzo mancomunado de las cámaras de turismo, el gobierno Provincial, y la dirección Provincial de turismo, se han propuesto ya algunas alternativas para incrementar este potencial del cual somos afortunados de poseer y que podría ofrecer excelentes beneficios económicos y brindar desarrollo para la Provincia, la ruta de compras, gastronómica, cultural, y ecológica. Es una provincia con una gran riqueza turística maravillosa, ya que en los páramos de Tungurahua se puede encontrar múltiples lagos y fosas tectónicas, de la misma manera se puede encontrar vertientes de aguas termales. En Tungurahua se presenta la característica de los microclimas, o sea pequeñas zonas con características climáticas propias, lo que le hace merecedora de un potencial turístico por desarrollar y descubrir que fascina y deslumbra a los ojos de los turistas que visitan esta provincia.

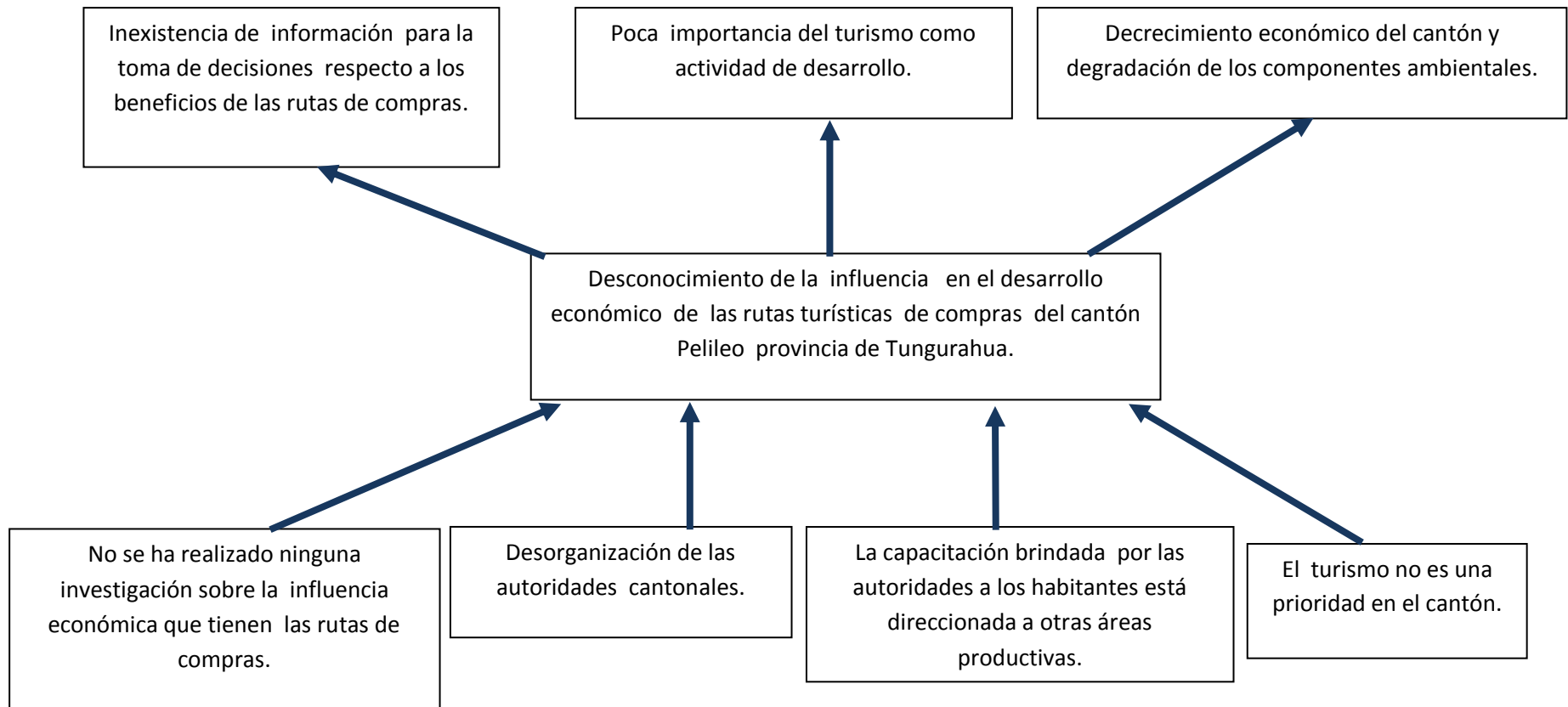
El cantón Pelileo ha sido azotado por diferentes terremotos, pero las personas del cantón Pelileo han sabido sobresalir desde lo más profundo siendo así que uno de los referentes en el comercio actual es el barrio el Tambo, el cantón Pelileo es una ciudad que tiene mucho que ofrecer, y la demanda existente, con respecto a los atractivos turísticos, sigue creciendo continuamente y preparándose para todo tipo de demanda y exigencia, ésta puede ofrecer un excelente servicio, a todo tipo de visitante, por lo cual se pretende encaminar a dar la mejor opción para la distracción, observación de lugares y relajamiento, y conocimiento, es necesario mencionar, que se cuenta con una excelente viabilidad para desplazarse por todo este territorio, pero al igual que los demás cantones no está explotado aún en este aspecto, y se puede decir que opera como emisor de turismo hacia sus parroquias y cantones vecinos, sin hacer de menos la gran importancia que estos simbolizan para toda la Provincia.

Su carácter de zona de tránsito hacia Baños, y así como su ya capacidad productiva, especialmente textil, le otorgan una dinámica económica destacable. Además de su tradicional especialización textil, puede contarse con apreciable actividad en fabricación de muebles y artesanías (producción de muebles en Huambaló), estas últimas referentemente en Salasaca, punto de gran importancia productiva y cultural no solo a nivel provincial sino nacional. En el ámbito turístico el cantón se destaca en el desarrollo de actividades vinculadas a los deportes de aventura (parapente, downhill) cuenta también con atractivos naturales como el cerro Teligote, Cruz de Cotaló, Valle Hermoso, Pamatug, Nitón Cruz, etc. Salasaca es una parroquia rural, ubicada al noroccidente de la ciudad, es la cuna de los indígenas Salasacas, por lo que aquel lugar es ideal para conocer sobre su cultura y sus tradiciones.

Pelileo está desarrollándose turísticamente gracias a la Estrategia de Turismo de la Provincia de Tungurahua, siendo estas; Línea Estratégica 1. Desarrollo de Productos Turísticos, Líneas Estratégicas 2. Fortalecimiento de la Calidad de los Productos, servicios y Entorno Físico de la oferta turística actual, Línea Estratégica 3. Gestión de la información turística clave, Línea Estratégica 4. Manejo adecuado de los recursos naturales y culturales, Línea Estratégica 5. Fortalecimiento de la gobernanza y las instituciones relacionadas con el turismo, Línea Estratégica 6. Capacitación y formación de habilidades y Línea Estratégica 7. Desarrollo de políticas de seguridad, siendo las Líneas Estratégicas, siendo estas un ente de desarrollo turístico del cantón.

Árbol de problemas

Gráfico N° 1 Árbol de problemas



1.2.2. Análisis Crítico

El desconocimiento de la influencia en el desarrollo económico de las rutas turísticas de compras del cantón Pelileo, es el problema central teniendo en cuenta que no se han realizado ninguna investigación sobre la influencia económica que tienen las rutas turísticas de compras y por lo tanto no se conoce de la existencia de información documentada para la toma de decisiones en post de los beneficios que se obtendría a futuro.

La falta de consenso en la toma de decisiones por parte de las autoridades es un factor de debilidad y demuestra la desorganización de las mismas, teniendo en cuenta que no le dan la importancia merecida al turismo como una actividad de desarrollo.

Además la capacitación brindada por las autoridades a los habitantes está direccionada a otras áreas productivas, tales como la agricultura y la ganadería, razón por la cual el turismo queda en un segundo plano y no se le brinda la importancia que se merece, dejando a un lado la posibilidad de obtener beneficios para el desarrollo común, siendo el turismo generador de empleos directa o indirectamente.

El turismo no es una prioridad en el cantón ya que la fuerza económica del cantón está en la industria textil, por lo que genera la degradación de los componentes ambientales y por lo tanto el decrecimiento económico del cantón.

Las rutas de compras son uno de los aspectos fundamentales para el desarrollo del cantón las mismas que se deben priorizar ya que a un futuro no muy lejano el turismo se convertirá en el primer generador económico del país.

1.2.3. Prognosis

Si no se investiga la influencia en el desarrollo económico que genera las rutas de compras en el cantón Pelileo no se conocerá en qué medida o cantidad aporta las rutas de compras y el beneficio que brinda a los comerciantes de Pelileo, además no se podrá tomar decisiones con criterios basados en una investigación.

1.2.4. Formulación del problema

¿Cómo influyen las rutas turísticas de compras en el desarrollo económico de los comerciantes del cantón Pelileo?

1.2.5. Interrogantes

- ¿Cuál es la importancia que tendrían las rutas turísticas de compras en el cantón Pelileo?
- ¿Qué importancia tiene el turismo como actividad de desarrollo económico para el cantón?
- ¿Qué alternativas propositivas se presentan para solucionar la problemática encontrada?

1.2.6. Delimitación del problema

Delimitación del contenido

Campo: Turismo

Área: Economía

Aspecto: Influencia en el desarrollo económico de los comerciantes del cantón Pelileo.

Delimitación espacial

La presente investigación se realizará en el cantón Pelileo en las parroquias la matriz, Salasaca y Huambaló.

Delimitación temporal

El presente proyecto de investigación tendrá una duración de seis meses comprende desde enero-julio del 2013.

1.3. JUSTIFICACIÓN

El cantón Pelileo está ubicado en la provincia de Tungurahua, tiene muchas formas de ingresos económicos siendo una de ellas el turismo.

Es importante realizar esta investigación porque mediante ella podemos plasmar en un documento los resultados de la investigación realizada para así poner en práctica y conseguir resultados provechosos para el bien de las personas del lugar.

Esta investigación será útil ya que se obtendrá algunos beneficios para las personas del cantón ya que tendrán facilidad para poder obtener la información de la utilidad que genera en el sector comercial, también será novedosa e innovadora ya que para las personas será muy fácil obtener información de este tipo.

En el cantón Pelileo es factible realizar esta investigación de la influencia que causa las rutas de compras en el desarrollo económico de los comerciantes de los centros de expendio de los sectores comerciales ya que no se tiene ningún registro de esta índole que de constancia de la misma, teniendo en cuenta que la finalidad es ofrecer una información fiable y actualizada a través de la investigación.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

- Investigar la influencia que genera las rutas turísticas de compras en el desarrollo económico de los comerciantes del cantón Pelileo provincia de Tungurahua.

1.4.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la importancia que tendrían las rutas turísticas de compras en el cantón Pelileo.
- Analizar el grado de desarrollo económico que tienen los comerciantes del cantón gracias al turismo.
- Desarrollar una propuesta que aporte una solución al problema encontrado en el cantón Pelileo provincia de Tungurahua.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para la presente investigación se tomaron algunos antecedentes investigativos, los cuales se detallan a continuación.

Universidad Técnica de Ambato

Autor: Tamayo Romo María Isabel

LA PROMOCIÓN DE NUEVAS RUTAS TURISTICAS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO TURISTICO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA EN ENERO 2008 A JUNIO 2009.

Conclusiones

- Se concluyó que es necesario dar a conocer las nuevas alternativas sobre rutas turísticas que se posee en la provincia.
- Las rutas diseñadas serán de gran interés para los turistas ya sean nacionales o extranjeros lo cual propiciara una gran afluencia de los mismos y una gran fuente de ingreso económico para el progreso de la provincia.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda poner el interés necesario a este proyecto ya que a través de la elaboración de paquetes turísticos con las nuevas rutas se incrementará el número de visitantes a la provincia.
- Mantener el interés de realizar nuevas investigaciones estos lugares y pedir ayuda al Ministerio de Turismo para que impulsen los proyectos planteados.
- Elaborar paquetes turísticos para ofrecer a turísticas como nuevas alternativas.

Comentario personal.

Debido a que la provincia de Tungurahua es privilegiada por varios atractivos, paisajes y micro climas, se han creado varias alternativas de hacer turismo en la provincia, ya que de esta los turistas pueden escoger el lugar o actividades a realizar, generando satisfacción de haber disfrutado las diferentes actividades que ofrece la provincia, las rutas turísticas que ofrece la provincia de Tungurahua son variadas tales como; rutas culturales, naturales y gastronómicas, siendo estas promocionadas a través de paquetes turísticos los cuales incrementaran en la afluencia de turistas nacionales e internacionales, la labor que está realizando el gobierno nacional conjuntamente con los gobiernos locales y el Ministerio de Turismo consienten en mantener el interés en generar nuevos proyectos turísticos como alternativa de ingresos económicos a los habituales, ya que el turismo genera empleos directos e indirectos.

Universidad Técnica de Ambato

Autor: Rovalino Núñez Paola Liliana

“LA GESTIÓN MUNICIPAL DE CEVALLOS Y SU APORTE PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN DURANTE EL PERÍODO 2008”

CONCLUSIONES

- A través de la presente investigación sobre el aporte de la Gestión Municipal de Cevallos para el desarrollo turístico del Cantón durante el periodo 2000 – 2008 se concluye que por medio de la inversión de recursos por parte de autoridades se puede mostrar las diferentes actividades a favor del turismo dando así la debida importancia.
- El Municipio de Cevallos no cuenta con un Plan Estratégico Turístico adecuado, por lo cual los habitantes desconocen dichos beneficios de desarrollo local y económico.

- Los servicios en los que más ha trabajado el Municipio de Cevallos son: Educación y Alcantarillado; dejando de lado la Seguridad ciudadana y su esparcimiento en áreas verdes.
- El número de visitantes en el Cantón Cevallos ha acrecentado por los comercios de calzado de cuero, Paraderos-Restaurantes y Hosterías; con cada uno de sus productos y servicios.
- El Cantón Cevallos ha logrado una buena promoción Turística a través de los siguientes medios de comunicación: Radio, Folletos y Tv.
- La inversión de recursos por parte del Municipio de Cevallos ha contribuido con el desarrollo Turístico del Cantón.

RECOMENDACIONES

- Es muy necesario gestionar para obtener recursos económicos para mostrar las actividades realizadas por las autoridades a favor del turismo.
- Se debe dar la debida importancia al turismo como actividad de desarrollo socio-económico, creando el interés en las Autoridades.
- Para orientar a los habitantes es muy útil y obligatorio facilitar el Plan Estratégico Turístico del Municipio de Cevallos, mismo que contiene importante información.
- Participar en actividades culturales que beneficien y cautiven a la población; para así atraer más visitantes y mantener el turismo en el Cantón.
- Mejorar la presentación de cada uno de los productos ofertados dentro y fuera del Cantón, dar un servicio de calidad con amabilidad.

Comentario personal.

Siendo el cantón Cevallos un ente de producción de calzado y en su mayoría productor frutícola es uno de los lugares de la provincia que tiene gran potencial turístico en el cual la gestión municipal es de vital importancia, la estrategia de

turismo para el cantón Cevallos no es socializada entre los habitantes del cantón, ya que desconocen el beneficio y desarrollo que obtiene el cantón Cevallos, para el gobierno municipal no es prioridad por el momento el desarrollo turístico del cantón ya que los proyectos de gran importancia para el municipio son; Educación y alcantarillado, dejando un lado la seguridad ciudadana y el esparcimiento de las personas, a pesar de eso se ha podido apreciar una creciente afluencia de turistas gracias a los productos que se ofrecen en el cantón, mejorar la calidad, presentación, y atención en los productos juega un papel importante para cautivar al turista, el gobierno municipal del cantón Cevallos debe poner como punto importante en la mesa de trabajo el turismo como actividad de desarrollo socio-económico.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Hoy en día la actividad turística en cualquier parte del mundo, es una actividad destinada a dinamizar los sectores y a sus principales actores, es decir a todos los pobladores locales que tienen la oportunidad y capacidad de dinamizar su economía.

En la presente investigación se realizó el paradigma crítico propositivo constructivista social porque se analizó y se propuso una solución basada en constructivismo social.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

LEY DE TURISMO

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

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

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

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

TITULO I

DE LOS COMERCIANTES

Sección I

De las personas capaces para ejercer el comercio

Artículo 6.- Toda persona que, según las disposiciones del Código Civil, tiene capacidad para contratar, la tiene igualmente para ejercer el comercio.

Artículo 6-A.- Las personas que de acuerdo con lo dispuesto en los Arts. 4 y 6 de la Ley de Cámaras de Comercio deban afiliarse a las Cámaras de Comercio, probarán su condición de comerciantes con la presentación de la matrícula de comercio y la cédula de afiliación a la Cámara y si no hubieren cumplido con estos requisitos no podrán ejercer el comercio, considerándose como ilícita cualquier actividad mercantil.

Artículo 7.- Sin embargo de lo dispuesto en el artículo anterior, no pueden comerciar:

- 1.- Las corporaciones eclesiásticas, los religiosos y los clérigos;
- 2.- Los funcionarios públicos a quienes está prohibido ejercer el comercio por el

Art. 242 del Código Penal, salvo las excepciones establecidas en el mismo artículo; y,

3.- Los quebrados que no hayan obtenido rehabilitación.

Artículo 8.- Las personas que por las leyes comunes no tienen capacidad para contratar, tampoco la tienen para ejecutar actos de comercio, salvo las modificaciones que establecen los artículos siguientes.

Artículo 9.- El menor emancipado, de uno u otro sexo, puede ejercer el comercio, y ejecutar eventualmente actos de comercio, siempre que para ello fuere autorizado por su curador, bien interviniendo personalmente en el acto, o por escritura pública, que se registrará previamente en la oficina de inscripciones del domicilio del menor y se publicará por la imprenta. Se presume que el menor tiene esta autorización cuando ejerce públicamente el comercio, aunque no se hubiere otorgado escritura, mientras no haya reclamación o protesta de su curador, puesta de antemano en conocimiento del público o del que contratare con el menor.

Artículo 27.- Los fiscalizadores de impuestos, en las visitas que efectúen a los establecimientos comerciales o industriales, podrán exigir la exhibición de los respectivos contratos sociales y de la correspondiente matrícula de comercio, sea ésta referente a negocios colectivos o individuales.

Artículo 28.- Los jueces que autoricen registro de las matrículas de comercio, al hacerlo impondrán la multa de que trata el Art. 26, si se hubiere infringido el precepto relativo a plazo que el establece.

Una vez impuesta la multa, lo comunicará a la Dirección correspondiente del Ministerio de Finanzas, para que emita el respectivo título de crédito.

Artículo 1.- El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Artículo 2.- Son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

Artículo 3.- Son actos de comercio, ya de parte de todos los contratantes, ya de parte de alguno de ellos solamente:

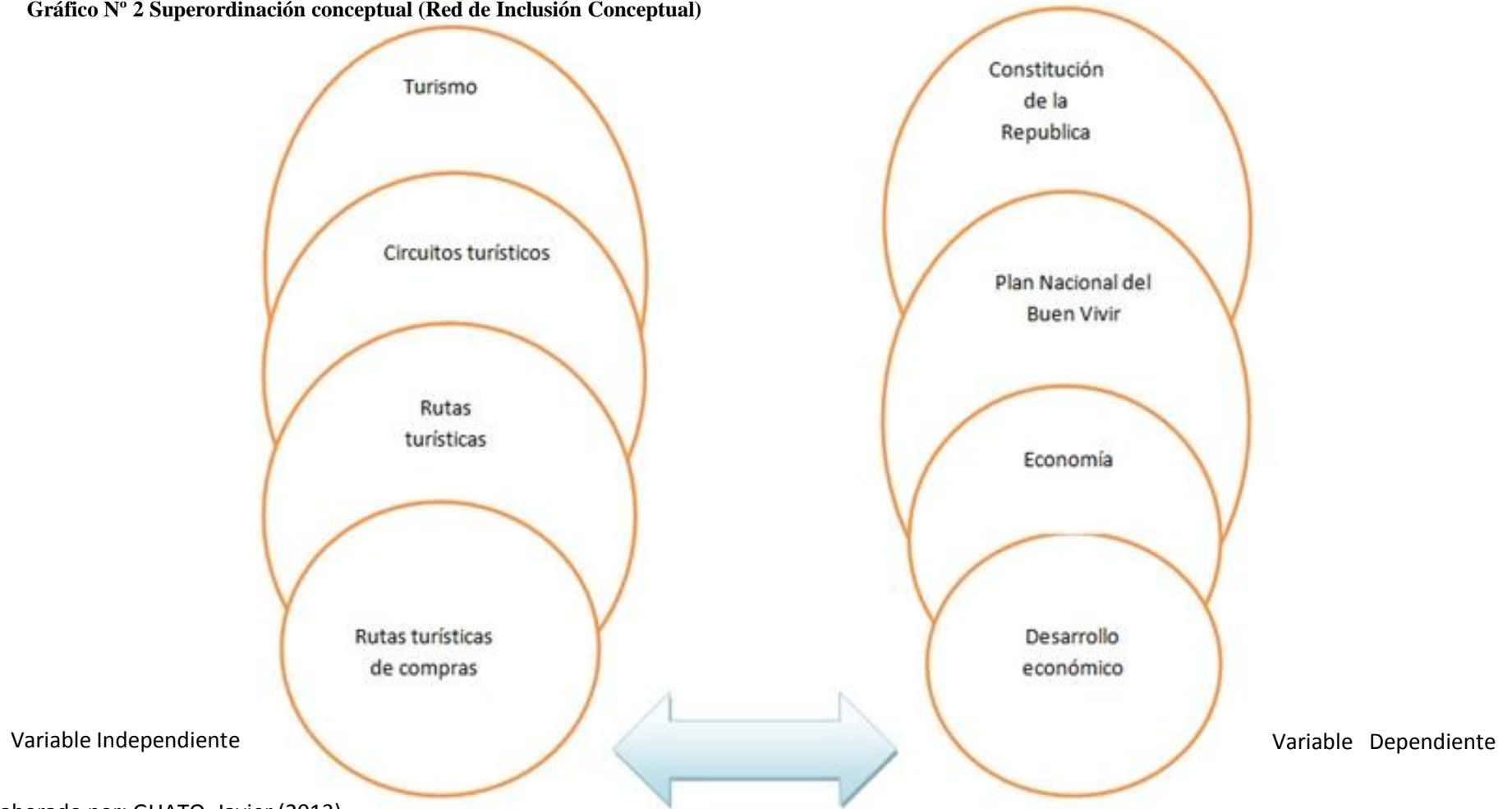
1. La compra o permuta de cosas muebles, hecha con ánimo de revenderlas o permutarlas en la misma forma o en otra distinta; y la reventa o permuta de estas mismas cosas. Pertenecen también a la jurisdicción mercantil las acciones contra los agricultores y criadores, por la venta de los frutos de sus cosechas y ganados, más no las intentadas contra los comerciantes para el pago de lo que hubieren comprado para su uso y consumo particular, o para el de sus familias;
2. La compra y la venta de un establecimiento de comercio, y de las acciones de una sociedad mercantil;
3. La comisión o mandato comercial;
4. Las empresas de almacenes, tiendas, bazares, fondas, cafés y otros establecimientos semejantes;

Artículo 4.- Las costumbres mercantiles suplen el silencio de la Ley, cuando los hechos que las constituyen son uniformes, públicos, generalmente ejecutados en la República, o en una determinada localidad, y reiterados por más de diez años.

Artículo 5.- En los casos que no estén especialmente resueltos por este Código, se aplicarán las disposiciones del Código Civil.

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Gráfico N° 2 Superordinación conceptual (Red de Inclusión Conceptual)

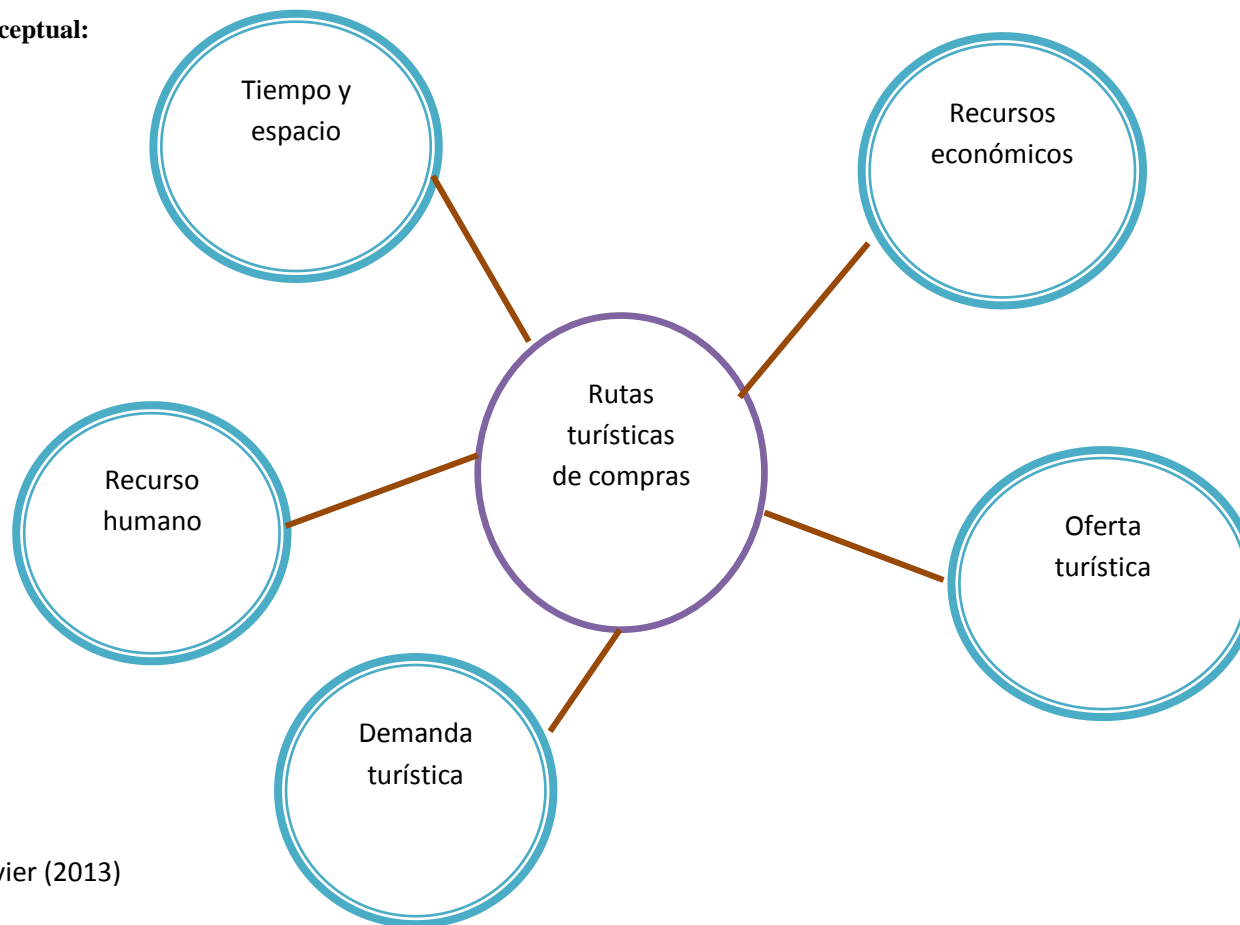


Elaborado por: GUATO, Javier (2013)

Subordinación conceptual

(Rutas turísticas)

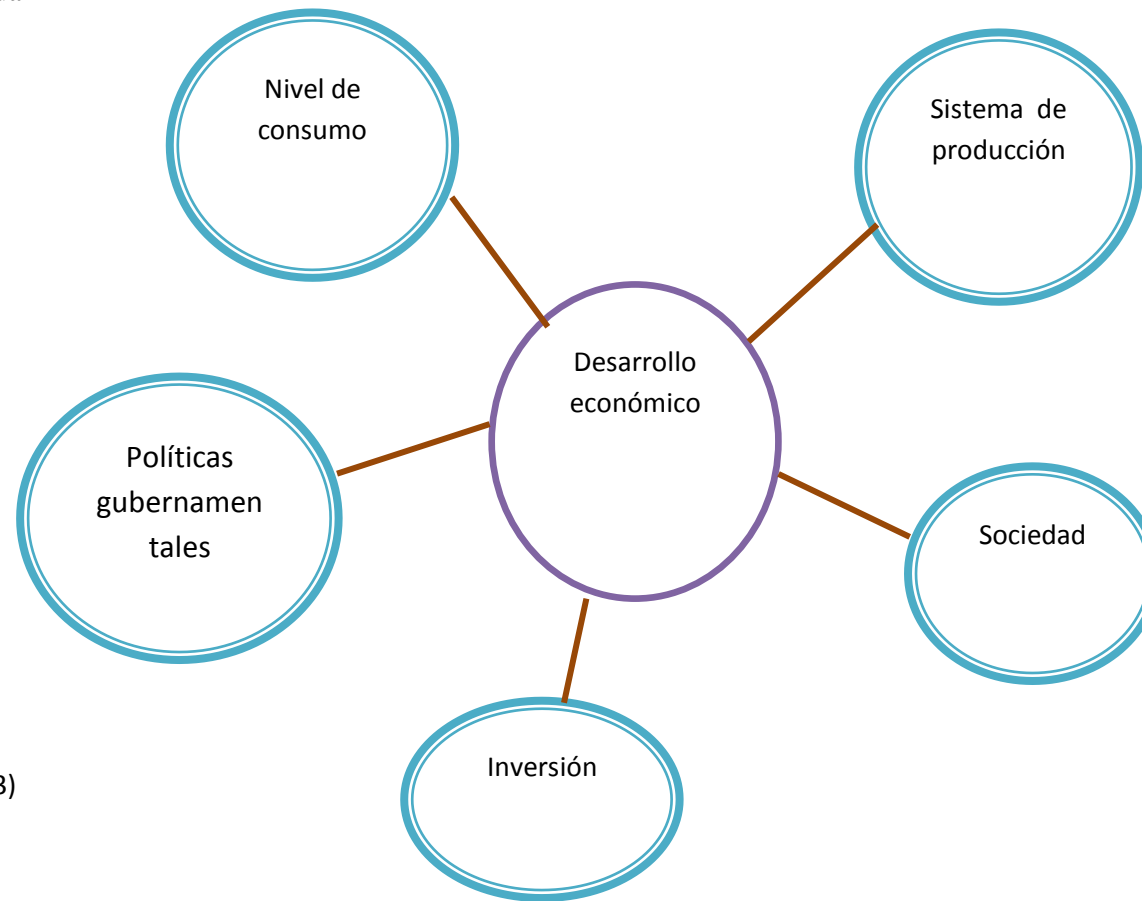
Gráfico N° 3 Subordinación conceptual:



Elaborado por: GUATO Javier (2013)

(Desarrollo económico)

Gráfico N° 4 Subordinación conceptual



Elaborado por: GUATO, Javier (2013)

2. 4.1. Fundamentación Teórica Variable Independiente

(RUTAS TURÍSTICAS)

Turismo

La Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, OMT, (2007) manifiesta que, 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 inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Arthur Bormann (Berlín, 1930) define el turismo como el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.

Se define turismo como cualquier tipo de viaje de una persona fuera de su lugar de residencia fija por más de 24 horas, generalmente con fines de recreación o disfrute. Por lo que se podría decir que el turismo, es aquella actividad que implica desplazamiento momentáneo con realización de gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción con los bienes y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa.

CIRCUITOS TURÍSTICOS

Recorrido turístico con regreso al mismo lugar, sin pasar dos veces por el mismo sitio, cuenta con atractivos y servicios a lo largo del trayecto (LUQUE, Y. 2009).

Chan, N. (2005) manifiesta que un circuito turístico debe contemplar los siguientes elementos constitutivos: a- el territorio a recorrer: rural, urbano o una

conjunción de ambos, b- el patrimonio natural o cultural a visitar, denominados atractivos c- la temática a desarrollar, d- los servicios a prestar y e- las actividades a realizar.

El Circuito es una herramienta de marketing en sí mismo, que sirve para el posicionamiento turístico del país. La estructuración en circuitos tiene como condición la operación turística en al menos dos mundos de Ecuador. PIMTE (2009)

Ruta organizada por una empresa turística especializada. Además de tener perfectamente definido el itinerario, incluye el alojamiento y la alimentación durante todo el recorrido, todo ello a un precio estipulado que sirve para comprar el conjunto de los servicios.

Fuente:

Guía para la construcción de circuitos turísticos del ministerio de turismo del Ecuador

Cuadro N° 1 Productos Turísticos

Circuitos generales	Circuitos generales			
Sol y playa	Sol y playa	Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parques nacionales	
Turismo comunitario	Turismo comunitario		Reservas y bosques privados	
	Patrimonios naturales y culturales		Ríos, lagos, lagunas y cascadas	
Turismo cultural	Mercados y artesanías		Observación de flora y fauna	
	Gastronomía	Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres	
	Shamanismo		Deportes fluviales	
	Fiestas populares		Deportes aéreos	
	Turismo religioso	Deportes acuáticos	Turismo de salud	Termalismo
	Turismo urbano	Medicina ancestral		
	Turismo arqueológico	SPA's	Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones
	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo	Turismo de convenciones y congresos		Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias
Haciendas históricas	Turismo de cruceros		Cruceros	
Parques temáticos	Parques temáticos			

Fuente: PLANDETUR 202

RUTAS TURÍSTICAS

Eje vial que conecta dos o más centros emisores o receptores y que contiene distintos atractivos. Son rutas temáticas que se refieren, por lo general, a productos locales. Una ruta turística se compone de un conjunto de locales, elementos, comunidades, etc., organizados en forma de red dentro de una región determinada y que estando debidamente señalizadas, suscitan un reconocimiento de interés turístico. Se organizan en torno a un tema que caracteriza la ruta y le otorga su nombre (o identidad). La ruta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma, así como presentar una imagen integral a partir de la complementariedad entre sitios, servicios, atractivos y lenguaje para las comunicaciones.

Se determina estudiando sobre el mapa un itinerario que comprenda la visita de varias localidades de interés turístico. Hay que tener en cuenta los lugares de salida y llegada, de paradas, distancias, comunicaciones, inclusión de valores históricos, paisajísticos, folklóricos.

No obstante, en los últimos años estamos asistiendo a un cambio en las tendencias de la demanda turística con lo cual la oferta debe adaptarse a esta nueva situación y posicionarse en zonas hasta ahora alejadas de los flujos turísticos. Entre estas nuevas aportaciones están la creación de rutas turísticas, que se pueden definir como la creación de un cluster de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico a través del turismo (Briedenhann y Wickens, 2003).

Ello implica que las rutas turísticas deben de tener una serie de elementos que las respalden como destino turístico. De hecho, ya se han documentado rutas basadas en aspectos tan diferentes como vikingos (Halewood y Hannan, 2001), fantasmas (Inglis y Colmes, 2001), bandoleros (López-Guzmán et al., 2007) o lugares geográficos relacionados en la literatura (Herbert, 2001).

RUTAS TURÍSTICAS DE COMPRAS

Se compone de un conjunto de locales, elementos, comunidades, etc., organizados en forma de red dentro de una región determinada y que estando debidamente señalizadas, suscitan un reconocimiento de interés turístico cuya motivación principal son las compras. Está relacionado con los buenos precios de la destinación o con productos de artes o tecnología avanzadas que no se encuentran en el país de origen del viajero.

El turismo de compras, es aquel cuya principal motivación es comprar, conseguir buenos precios, productos exclusivos o únicos, productos artísticos, tecnológicos, culinarios y de moda, basta con que esos productos no se encuentren en el lugar de origen del visitante o bien que el precio sea sensiblemente mucho más bajo.

Pablo Szefner

2.4.2. Fundamentación Teórica Subordinación Variable Independiente (RUTAS TURÍSTICAS)

Recursos económicos

Adam Smith (1723-1790), dice que los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa.

Estos recursos, por lo tanto, son necesarios para el desarrollo de las operaciones económicas, comerciales o industriales. Acceder a un recurso económico implica una inversión de dinero: lo importante para que la empresa sea rentable es que dicha inversión pueda ser recuperada con la utilización o la explotación del recurso.

Fuente: la riqueza de las naciones, publicado en 1776

Oferta turística

.Conjunto de bienes intangibles (clima, cultura, paisaje...) y tangibles (atractivos naturales o creados) y servicios turísticos (Hoteles, restaurantes, recreación etc.) ofrecidos efectivamente al turista. (JIMÉNEZ.86), "Compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados en la experiencia turística".(OMT.91), "Compuesta en general por atractivos, actividades, organizaciones y empresas turísticas, con la salvedad de que los dos primeros elementos determinan de manera importante las decisiones de consumo, en tanto que las dos últimas producen los bienes y servicios efectivamente consumidos por los turistas".(MEYER 2004).

Autor: Arq. Jorge Valencia.

Demanda turística.

Según Martínez Roget y De Miguel Domínguez (2000), puede ser definida de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, aunque tiene, no obstante, unas características que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes o servicios no turísticos, las cuales se deben tener en cuenta para no caer en simplificaciones y para evitar posibles errores futuros de planificación que se podrían producir por el hecho de obviarlas.

En términos generales es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Ahora bien, de acuerdo con los principios y normas del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo. En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes.

Recurso humano

Según surety bonds dice que recursos humanos al conjunto de trabajadores o empleados que forman parte de una empresa o institución y que se caracterizan por desempeñar una variada lista de tareas específicas a cada sector. Los recursos humanos de una empresa son, de acuerdo a las teorías de administración de empresas, una de las fuentes de riqueza más importantes ya que son las responsables de la ejecución y desarrollo de todas las tareas y actividades que se necesiten para el buen funcionamiento de la misma. El término es muy común hoy en día y se utiliza en diversos aspectos relacionados al ordenamiento empresarial.

Espacio y tiempo

Espacio; es el lugar geográfico en donde se desenvuelven los grupos humanos en su interrelación del medio ambiente y se encuentra el atractivo con sus respectivos servicios específicos.

Tiempo; El turismo se materializa en la relación entre individuos y los sistemas socio-naturales que visita temporalmente. En esta relación, el turista se vincula con los diversos aspectos del destino turístico: naturales, sociales, artificiales, culturales, políticos, económicos, a la vez el tiempo que la comunidad receptora alberga a los turistas.

2.4.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA VARIABLE DEPENDIENTE (Desarrollo Económico)

CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA

La asamblea nacional (2008).Constitución de la República del Ecuador, también denominada habitualmente como Constitución Política de Ecuador es la norma suprema de la República del Ecuador. Es el fundamento y la fuente de la autoridad

jurídica que sustenta la existencia del Ecuador y de su gobierno. La supremacía de esta constitución la convierte en el texto principal dentro de la política ecuatoriana, y está por sobre cualquier otra norma jurídica. La constitución proporciona el marco para la organización del Estado ecuatoriano, y para la relación entre el gobierno con la ciudadanía.

La actual Constitución define la división de poderes del Estado en cinco ramas o funciones, los tradicionales tres son: el poder legislativo a cargo de la Asamblea Nacional, el poder ejecutivo representado por el Presidente de la República, y el poder judicial encabezada por la Corte Nacional de Justicia; además, se establecen dos nuevos poderes del Estado: la función electoral, administrada por el Consejo Nacional Electoral y el Tribunal Contencioso Electoral; y la función de transparencia y control social, representada por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social.

La primera carta magna ecuatoriana fue la Constitución de 1830, redactada por la primera asamblea constituyente en Riobamba, después de la creación de la República tras su separación de la Gran Colombia. Debido a la inestabilidad política que ha tenido el Ecuador a lo largo de su vida republicana, han existido un total de 20 constituciones en la historia ecuatoriana. Actualmente el Ecuador se rige por la Constitución de 2008, oficializada tras su publicación en el Registro Oficial el 20 de octubre de dicho año.

NOSOTRAS Y NOSOTROS, el pueblo soberano del Ecuador

RECONOCIENDO nuestras raíces milenarias, forjadas por mujeres y hombres de distintos pueblos,

CELEBRANDO a la naturaleza, la Pacha Mama, de la que somos parte y que es vital para nuestra existencia, INVOCANDO el nombre de Dios y reconociendo nuestras diversas formas de religiosidad y espiritualidad, APELANDO a la

sabiduría de todas las culturas que nos enriquecen como sociedad, COMO HEREDEROS de las luchas sociales de liberación frente a todas las formas de dominación y colonialismo, Y con un profundo compromiso con el presente y el futuro, Decidimos construir

Una nueva forma de convivencia ciudadana, en diversidad y armonía con la naturaleza, para alcanzar el buen vivir, el sumak kawsay; Una sociedad que respeta, en todas sus dimensiones, la dignidad de las personas y las colectividades; Un país democrático, comprometido con la integración latinoamericana –sueño de Bolívar y Alfaro-, la paz y la solidaridad con todos los pueblos de la tierra; y, En ejercicio de nuestra soberanía, en Ciudad Alfaro, Montecristi, provincia de Manabí.

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

El Plan Nacional de Desarrollo, denominado Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013, es el instrumento del Gobierno Nacional para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública.

El Plan cuenta con 12 Estrategias Nacionales; 12 Objetivos Nacionales, cuyo cumplimiento permitirá consolidar el cambio que los ciudadanos y ciudadanas ecuatorianos con el país que anhelamos para el Buen Vivir.

El Plan fue elaborado por la SENPLADES en su condición de Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa, conforme el Decreto Ejecutivo 1577 de febrero de 2009 y presentado por el Presidente Rafael Correa Delgado, para conocimiento y aprobación en el Consejo Nacional de Planificación.

Cuando en enero de 2007 iniciamos la construcción del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010,

“Plan para la Revolución Ciudadana”, no partimos de cero. La propuesta de cambio, definida en el Plan de Gobierno que el Movimiento País presentó a la ciudadanía, en el marco de su participación electoral de los años 2006, 2007 y 2008, trazó ya los grandes lineamientos de una agenda alternativa para el Ecuador. Ahora, nuestro desafío es su consolidación, por ello el Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013 plantea nuevos retos orientados hacia la materialización y radicalización del proyecto de cambio de la Revolución Ciudadana, a la construcción de un Estado Plurinacionalidad e Intercultural y finalmente a alcanzar el Buen Vivir de las y los ecuatorianos.

Al igual que aquel Plan que rigió el anterior período de gobierno, el Plan 2009-2013 recoge y busca concretar las revoluciones delineadas por la Revolución Ciudadana. Dichas apuestas de cambio también constituyeron orientaciones para el proceso constituyente, que finalmente se plasmaron en el nuevo pacto social que constituye la Constitución de la República del Ecuador. Tales revoluciones son:

1. Revolución constitucional y democrática para sentar las bases de una comunidad política incluyente y reflexiva, que apuesta a la capacidad del país para definir otro rumbo como sociedad justa, diversa, plurinacional, intercultural y soberana.
2. Revolución ética, para garantizar la transparencia, la rendición de cuentas y el control social, como pilares para la construcción de relaciones sociales que posibiliten el reconocimiento mutuo entre las personas y la confianza colectiva, imprescindibles para impulsar este proceso de cambio en el largo plazo.
3. Revolución económica, productiva y agraria, para superar el modelo de exclusión heredado y orientar los recursos del Estado a la educación, salud, vialidad, vivienda, investigación científica y tecnológica, trabajo y reactivación productiva, en armonía y complementariedad entre zonas rurales y urbanas.

4. Revolución social, para que a través de una política social articulada a una política económica incluyente y movilizadora, el Estado garantice los derechos fundamentales de todas las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

5. Revolución por la dignidad, soberanía e integración latinoamericana, para mantener una posición clara, digna y soberana en las relaciones internacionales y frente a los organismos multilaterales, avanzar hacia una verdadera integración con América Latina y el Caribe, así como insertar al país de manera estratégica en el mundo.

Las propuestas contenidas en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013, plantean importantes desafíos técnicos y políticos e innovaciones metodológicas e instrumentales. Sin embargo, el significado más profundo del Plan está en la ruptura conceptual que plantea con los idearios.

El Buen Vivir forma parte de una larga búsqueda de modos, formas de vida que han impulsado los actores sociales de América Latina durante las últimas décadas, como parte de sus reivindicaciones frente al modelo económico neoliberal. En el caso ecuatoriano, dichas reivindicaciones fueron incorporadas en la Constitución, convirtiéndose entonces en los principios y orientaciones del nuevo pacto social.

No obstante, el Buen Vivir se construye continuamente desde reivindicaciones que buscan una visión que supere los estrechos márgenes cuantitativos del economicismo y permita la aplicación de un nuevo paradigma cuyo fin no sea los procesos de acumulación material, mecanicista e interminable de bienes, sino que promueva un estrategia económica incluyente, sostenible y democrática; es decir, que incorpore a los procesos de acumulación y redistribución a los actores que históricamente han sido excluidos de las lógicas del mercado capitalista, así como a aquellas formas de producción y reproducción que se fundamentan en principios diferentes a dicha lógica de mercado.

Autor: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

ECONOMÍA

La economía es una ciencia social que estudia cómo los individuos o las sociedades usan o manejan los escasos recursos para satisfacer sus necesidades. Tales recursos pueden ser distribuidos entre la producción de bienes y servicios, y el consumo, ya sea presente o futuro, de diferentes personas o grupos de personas en la sociedad.

La ciencia económica es la ciencia social que estudia los procesos de producción, distribución y consumo de bienes y servicios. El objeto de estudio de la economía, como ciencia social, es el funcionamiento del sistema económico. La economía, como fenómeno social, constituye una unidad, pero puede ser analizada desde varias perspectivas. Es frecuente dividir estas perspectivas en "microeconomía" y "macroeconomía". Dentro de la economía, se pueden encontrar varias disciplinas o ramas de estudio, cada una de las cuales puede utilizar a tanto a la microeconomía como a la macroeconomía. Algunas ramas de estudio importantes son la economía internacional, las finanzas públicas, la economía del crecimiento, la organización industrial, la economía laboral, la economía del bienestar, etc.

Mc. CONNELL, Campbell R. y BRUE, Stanley L., |Economía, McGraw-Hill, (1997)

La economía es una ciencia dedicada al estudio de la administración de los recursos; literalmente, su origen etimológico proviene del griego "oikonomia", queriendo decir administración o reglas (por "nomos", de ley) de la casa (de "oikos", hogar). Dada la relevancia que ha tomado esta disciplina a lo largo de la historia, es que han surgido numerosas y diferentes definiciones para ella, dependiendo de la escuela del pensamiento que la aborde. Por ejemplo, Adam Smith, un filósofo pionero en el desarrollo de la ciencia económica considerado por muchos como uno de los padres de la misma, la definía como la investigación sobre las causas y la naturaleza de la riqueza de las naciones. Otras definiciones hablan de la disciplina que estudia la riqueza, en cuanto a la producción y

distribución de bienes y servicios, diferenciándola de lo político (cuando se habla de las naciones). Una forma coloquial de verla, es pensando en ella como la ciencia que versa sobre los actos humanos, en la búsqueda de satisfacer sus infinitas necesidades, por medio de productos o recursos escasos.

Por el hecho de que tiene relación con los actos humanos, es que se considera a la economía como una ciencia social, a pesar de que lo intuitivo es relacionarla como una ciencia más dura, al estilo de las matemáticas o la física; pero no lo es, y el hecho de que el comportamiento humano la forme y defina hace que los hechos económicos pueden tener un elevado nivel de complejidad y subjetividad, lo que hace el tema propenso a elaborados debates, sin respuestas únicas a los problemas y desafíos de este tipo en el mundo.

La economía de Ecuador es la octava más grande de América Latina después de las de Brasil, México, Argentina, Colombia, Venezuela, Perú y Chile.

La economía ecuatoriana ha presentado un robusto y continuado crecimiento en los últimos años, cultivando varios logros como no haber entrado en recesión durante la crisis económica global de 2009, a pesar de no tener moneda propia.⁸ A partir de 2007 se dio un cambio de timón en la política económica, pagando toda la deuda con el FMI y alejándose de sus imposiciones que limitaban el gasto público en el país.

El turismo como actividad empresarial

Conjunto de operaciones y actuaciones llevadas a cabo por los prestadores de servicios, con el fin de aprovechar al máximo los recursos materiales y artificiales puestos a disposición del turista, siendo los bienes tangibles (producto) e intangibles (servicios), con una correcta administración de operaciones de los bienes y servicios.

Empresa: es toda organización pública o privada cuyo objetivo primordial es fabricar y distribuir mercancías o proveer servicios a la comunidad, o a una parte de ella, mediante el pago de los mismos (Org. Internacional del Trabajo).

Empresas Turísticas deben poseer una estructura organizacional, y a que se acepta la existencia de una actividad humana inherente a las necesidades del individuo, de recreación, complementación y descanso; luego que obliga a su formación y afianzamiento en forma integrativa de las actividades de los pueblos.

Declaración de Manila (10/09/1980): el objetivo último del Turismo consiste en mejorar la calidad de vida en conformidad con las exigencias de la dignidad humana.

Fines del Turismo:

- La realización plena del ser humano.
- La igualdad de los pueblos.
- La originalidad y el afianzamiento de las culturas y de los pueblos.
- Una contribución cada vez mayor a la educación.
- La liberación del hombre, respetando su identidad y dignidad.

Escala de Maslow: La autorrealización se presenta como la meta final del desarrollo humano, y en ella converge una serie de actividades y realizaciones, necesidades y motivaciones, esfuerzos y satisfacciones, que comprenden el simple aprendizaje, la creación de trabajo y la ejecución de tareas, la creatividad humana, las emociones vivenciales del espíritu y de la mente y el bienestar socioeconómico, todo esto contribuye a que la calidad de vida del individuo y de los pueblos se enmarque en el concepto de seguridad, salud, recreación, bienestar económico, conocimiento, aprovechamiento y goce de la infraestructura natural que nos proporciona el universo.

El conocimiento y goce de los recursos naturales nos lleva a complementar una necesidad de realización que obedece a una necesidad intrínseca de todo ser humano de conocer e integrarse a su entorno.

El turismo es una verdad convergente y no excluyente de la realidad humana, cuando se proclama la realización plena del ser humano.

La declaración de los derechos humanos de las Naciones Unidas (10/12/1948) considera fundamental la libre circulación, libre expresión y libre asociación; asevera una verdad ineludible que responde las motivaciones propias del ser humano:

- Conocimiento de otros espacios a través del turismo y que supone un cambio de actividades.
- Satisfacción de conocimiento de nuevas regiones y países.
- Enriquecimiento cultural.
- Incremento en las relaciones humanas.
- Ruptura de la actividad rutinaria.
- Alimentación del yo físico y espiritual.

Con ello se modela al individuo, le amplía horizontes y lo lleva a realizaciones humanas de mayores dimensiones.

Toda actividad humana persigue un fin; el enriquecimiento de dicha actividad se mide por los resultados acordes con dicho fin. Existen dos tipos de resultados:

Resultado objetivo: satisface el fin de la actividad, sin mayores implicaciones.

Resultado proyectivo: son generadores de nuevas actividades, crean un efecto multiplicador, que es el factor de enriquecimiento de la actividad central.

El enriquecimiento de la actividad turística se puede analizar por sus resultados proyectivos, que a la vez generan muchas actividades.

La base central del turismo es la necesidad humana de integración con su entorno. Esto nos impulsa al desplazamiento hacia fuera de nuestro yo en dirección del entorno para complementar y satisfacer las necesidades conscientes e inconscientes de auto integración.

Así el turismo se vuelve un fenómeno pluralista, donde se integran:

- La parte anímico - sentimental del individuo.
- La atracción física del entorno.
- La ansiedad humana de compartir emociones.
- El deseo del conocimiento vasto.
- El empleo del tiempo libre y del ocio.
- Lo que se traduce en:
 - Un mejoramiento de la calidad de vida.
 - Una mayor integración humana.
 - Un mayor conocimiento de la variedad del universo.
 - Una alternativa de desarrollo técnico, económico y social de los pueblos.

Así la Filosofía del Turismo es la actividad técnico social que pone en contacto directo al individuo con su medio natural, con el fin de integrarlo en él, que participe de sus misterios, satisfaciendo necesidades espirituales de descanso, goce y regocijo interno, e incrementando su cultura con el fin de afianzar aún más la relación amistosa entre pueblos, la solidaridad humana, el respeto a las costumbres propias y el deseo de mejorar en todo aspecto.

Turismo como actividad económica

Clasificación:

Sector primario: dedicadas a la producción de bienes, como ser actividades agropecuarias, extractivas y de exploración. Disminuido de 40 a 5% desde 1900.

Sector secundario: dedicadas a la transformación de bienes, como ser industrias textil, automotriz, artesanía, etc. Disminuido de 30 a 15% desde 1900, con alza al 55% en década del 50-60.

Sector terciario: dedicadas a la distribución de bienes y servicios, como ser comercio, transporte, turismo, etc. Crecimiento constante desde 1900 de 20 a 30%.

Sector cuaternario: dedicadas a la producción, acopio y distribución del conocimiento y de la información, como ser educación, investigación y desarrollo, consultorías, etc. Crecimiento fuerte en década del 60 y un aumento del 10 al 50% desde 1900.

Resulta fundamental identificar las tendencias de desarrollo de cada uno de los sectores para analizarlas y compararlas, con ello se obtienen los requerimientos y el tipo de administración necesario.

- Hacia 1900 la economía era de carácter agrario, pesca y minería.
- Revolución industrial por la formación de capitales y del mecanicismo se desplaza al sector secundario, es decir, la transformación de bienes provenientes del sector primario.
- Revolución post industrial, con el avance y desarrollo de la tecnología y el incremento de los recursos de capital, desplaza la actividad económica del sector 3 al 4.
- Proceso de transición con fuertes cambios en el sector turístico, con una mayor intensidad y dispersión de la demanda de bienes y servicios.
- El turismo se ubica en este sector porque:
- Por ser una actividad netamente de servicios.
- Por ser una actividad de prestación de servicios.
- Por ser una actividad de tendencia creciente tanto en los recursos materiales como humanos.

- Por ser una actividad que cada vez requiere una mayor tecnología de servicios.
- Porque la sociedad tiende cada vez más al incremento de la productividad, menor tiempo de trabajo, mayor tiempo libre y mayor deseo y motivación de integración con el mundo actual y pasado.

Luego la economía enseña cómo se produce la riqueza, como generar y adquirir lo necesario para la supervivencia, recreación; para con ello incrementar la satisfacción del hombre.

Si planteamos que el flujo económico es de carácter circulatorio y que está conformado por un mercado de productos terminados, un mercado de factores productivos (trabajo, capital, dirección), un elemento dinámico de producción (empresa) y un sector de consumo (consumidor), interrelacionarlos en el ámbito turístico nos plantea lo siguiente:

El flujo real de los servicios turísticos. Se inicia en el mercado de factores productivos, pasa al sector productivo turístico, donde se procesa el producto turístico por las empresas turísticas (producto = bienes de consumo + bienes de inversión).

Luego, en el mercado de productos terminados se constituye la oferta del producto para finalmente terminar el flujo en el mercado consumidor, con el uso y aprovechamiento del producto turístico.

El flujo monetario. El flujo real de servicios turísticos genera a su vez un flujo monetario que se inicia en el mercado del consumidor, cuando se cambia dinero por el uso del servicio turístico; los ingresos por dicho concepto pasan al sector productivo turístico, el cual diluye dicho ingreso en dos direcciones: una, la de adquisición de factores productivos en el mercado de factores, y la otra, en el sentido del ahorro como elemento de inversión y crecimiento posterior;

finalmente el mercado de factores productivos proporciona capital, mano de obra y dirección a cambio de dinero, cerrándose el flujo, y reiniciándose nuevamente.

Otros flujos económicos.

- Flujo turístico de exportación: está conformado por el consumo de bienes y servicios del turismo receptivo menos el consumo del turismo emisivo.
- Flujo de inversión: aquella parte del consumo turístico que se dedica a inversiones en reposición y aplicación de la planta turística.
- Flujo turístico de consumo: integrado por todos los bienes y servicios turísticos demandados durante un periodo doméstico (un año) y que son de consumo final, porque no pueden ser almacenados, pero sí consumidos en el momento de su uso.
- Flujo de gastos gubernamentales: aquel similar a los demás sectores económicos, asignado al sector público para gastos del sector turístico.

La actividad económica turística permite una captación de divisas, supone un ahorro interno, un proceso integral redistributivo y es un satisfactor de necesidades psico económico sociales debido a la creación de puestos de trabajo, desarrollo de los recursos humanos e inversiones, lo que genera a la postre un efecto multiplicador en la economía del sector, es decir, un mayor incremento en el gasto turístico que repercute sobre el ingreso y multiplica sus efectos, incidiendo el turismo en:

- Como factor de expansión del mercado nacional mediante las ventas de productos nacionales en los que se procesa la materia prima, como cobre, lana, cuero, etc.
- En los precios:
- A través de un índice inflacionario en el sector de la construcción y rentas.
- A través de un índice inflacionario de precios en el sector alimenticio por excesiva demanda de turistas o por el factor estacionario de los productos.

- Sobre lo presupuesto del gasto público cuando este se reduce por efecto de la disminución de impuestos del turismo (territoriales, municipales, renta, IVA, tasas por uso de servicios públicos, etc.).
- Sobre el presupuesto general de inversiones. Cuando el desarrollo de la infraestructura requiere de recursos financieros, y por no considerarlo productivo, se le relega, dándole prioridad a otros sectores.

Turismo como actividad social

El turismo como actividad social persigue, además de lo considerado en la declaración de Manila, lo siguiente:

- Actividad motivacional, a través del interés despertado en los grupos e individuos por el conocimiento de nuevos horizontes.
- Actividad política gubernamental, basada en la promoción y los estímulos por visitar otras regiones o a ser visitados por individuos de otros países.
- Actividad capacitadora, a través de la formación de recursos humanos idóneos para operar el sistema turístico.
- Actividad laboral, al permitir un mayor incremento de puestos de trabajo en actividades diversas del turismo.
- Actividad cultural, propiciando el conocimiento, la presentación y el desarrollo de los aspectos culturales del país, para lo cual es necesario la preparación del personal.
- Actividad artesanal, como oferta conexas al turismo.
- Actividad de viajes o desplazamientos a los polos turísticos.
- Actividad de transporte como elemento de enlace entre el punto de origen y el punto de destino.
- Incremento de las organizaciones sociales y cohesión de las asociaciones con el fin de facilitar las posibilidades de viaje.

- Desarrollo del turismo social para las personas de bajos ingresos económicos.
- Actividades promocionales, facilitando los viajes turísticos, a través de paquetes y tarifas especiales.
- Vacaciones pagadas, como prestaciones de carácter social con el fin de facilitar el turismo.
- Actividades de alojamiento, como albergues, hoteles especiales, etc., cerca de los lugares de interés turístico.
- Actividad informativa, escrita o televisada, para dar a conocer al país de destino y mantener la imagen del mismo.

Hacia 1977 se registraron en el mundo 140 millones de llegadas internacionales, lo que para fin de siglo se espera que sean alrededor de 600 millones de personas que integren la corriente turística.

- Los ingresos personales han crecido notablemente en los países industrializados.
- Se están revolucionando los medios internacionales de transporte aéreo en forma masiva.
- Disminución de los costos de traslado y tiempo de transporte.
- Ampliación de los periodos de descanso en países desarrollados.
- Disminución de las jornadas de trabajo.
- Aumento de los ingresos de los asalariados.

Estos factores permiten vislumbrar perspectivas alentadoras para los países que impulsan su actividad turística. Permitted diversificar la economía tradicional de los países.

Así es posible encontrar más ventajas en proyectos turísticos que en otros de distinto desarrollo económico, orientados en la captación de divisas.

Para iniciar un programa de fomento turístico, se facilitan los procedimientos, ya que:

- Exigen menor cantidad de recursos.
- Lapsos de maduración más cortos.
- Menores repercusiones secundarias sobre la balanza de pagos.

Turismo como fuente generadora de empleos

Directamente en función del rol del producto interno bruto, que es producido por el turismo, donde es necesario considerar dos aspectos fundamentales:

- El empleo en el propio sector turístico.
- El empleo en sectores conexos.

En el punto 1, ya que el empleo obedece al número de visitantes, que se encuentra ligado a la actividad, como consecuencia del efecto multiplicador del turismo. Y en el punto 2 se incrementa a medida que el efecto multiplicador crece o viceversa.

Así la medición del empleo presenta una gran dificultad, que va a depender del tipo de país que se analice; ya que si se considera estrictamente como empleo directo los que corresponden al turismo, y como empleo indirecto si se considera los conexos. Luego se consideraran empleos generados por el turismo, todos aquellos que se produzcan en las unidades de producción del sector y en los prestadores de servicios.

Efectos Socioculturales

Se deben analizar desde dos ángulos diferentes:

Del receptor: cuando el polo o espacio turístico es demasiado grande y la afluencia turística es menor, los efectos unidimensionales de hábitos y costumbres del turismo son casi mínimos y a veces pasan inadvertidos, siendo absorbidos por el receptor. Lo contrario, si el espacio o polo es pequeño en población (balneario), la influencia del turismo exterior se hace sentir, dejándose impactar el aparato receptor por las características y costumbres de los visitantes.

Del visitante: generalmente, el visitante incrementa sus conocimientos sobre los nuevos lugares que conoce, ampliando criterios y pudiendo a veces copiar ciertos hábitos o costumbres de la zona visitada.

DESARROLLO ECONÓMICO

El desarrollo económico es la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover o mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Se conoce el estudio del desarrollo económico como la economía de desarrollo.

Transición de un nivel económico concreto a otro más avanzado, el cual se logra a través de un proceso de transformación estructural del sistema económico a largo plazo, con el consiguiente aumento de los factores productivos disponibles y orientados a su mejor utilización; teniendo como resultado un crecimiento equitativo entre los sectores de la producción. El desarrollo implica mejores niveles de vida para la población y no sólo un crecimiento del producto, por lo que representa cambios cuantitativos y cualitativos. Las expresiones fundamentales del desarrollo económico son: aumento de la producción y productividad per cápita en las diferentes ramas económicas, y aumento del ingreso real per cápita.

En la actualidad, el concepto de desarrollo económico forma parte del de desarrollo sostenible, una comunidad o una nación realizan un proceso de

desarrollo sostenible si el desarrollo económico va acompañado del humano social y del ambiental (preservación de los recursos naturales y culturales y despliegue de acciones de control de los impactos negativos de las actividades humanas).

CARRERAS, José Luis.

El desarrollo económico se puede definir como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Podría pensarse al desarrollo económico como el resultado de los saltos cualitativos dentro de un sistema económico facilitado por tasas decrecimiento que se han mantenido altas en el tiempo y que han permitido mantener procesos de acumulación del capital. Evidentemente que los saltos cualitativos no se dan exclusivamente si se dan acumulaciones cuantitativas de una única variable, pues los saltos pueden ser incluso de carácter externo y no solo depender de las condiciones internas de un país.¹ Se conoce el estudio del desarrollo económico como la economía del desarrollo.

La política pública generalmente apunta al crecimiento continuo y sostenido económico, y la extensión de la economía nacional de modo que 'los países en vía de desarrollo' se hagan 'países desarrollados'. El proceso de desarrollo económico supone ajustes legales e institucionales que son hechos para dar incentivos para fomentar innovaciones e inversiones con el propósito de crear un eficiente sistema de producción y un sistema de distribución para los bienes y los servicios. Para entender por qué ahora solo 1/5 del mundo se considera "desarrollado" (principalmente Japón, Europa Occidental, Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, y pocos más), se debe tener en cuenta que el mundo, desde el punto de vista de un país desarrollado, es un mundo de pobreza y escasez y por lo tanto es fundamental el reconocimiento de que no es que los otros 4/5 del mundo están retrasados, es más bien que el primer mundo ha tenido el "milagro" del desarrollo industrial-capitalista que se originó en Gran Bretaña hacia el fin del s.

XVIII y el comienzo del s. XIX y después se difundió a otros países del Primer Mundo.

El crecimiento económico es una de las metas de toda sociedad y el mismo implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad. Existen muchas maneras o puntos de vista desde los cuales se mide el crecimiento de una sociedad, se podría tomar como ejes de medición la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento. Y este crecimiento requiere de una medición para establecer que tan lejos o que tan cerca estamos del desarrollo.

2.4.4. Fundamentación Teórica Subordinación Variable dependiente (DESARROLLO ECONÓMICO)

Sistema de producción

Un sistema de producción es aquel sistema que proporciona una estructura que agiliza la descripción, ejecución y el planteamiento de un proceso industrial. Estos sistemas son los responsables de la producción de bienes y servicios en las organizaciones. Los administradores de operaciones toman decisiones que se relacionan con la función de operaciones y los sistemas de transformación que se emplean. De la misma manera los sistemas de producción tienen la capacidad de involucrar las actividades y tareas diarias de adquisición y consumo de recursos. Estos son sistemas que utilizan los gerentes de primera línea dada la relevancia que tienen como factor de decisión empresarial. El análisis de este sistema permite familiarizarse de una forma más eficiente con las condiciones en que se encuentra la empresa en referencia al sistema productivo que se emplea.

Un sistema de producción es entonces la manera en que se lleva a cabo la entrada de las materias primas (que pueden ser materiales, información, etc.) así como el proceso dentro de la empresa para transformar los materiales y así obtener un producto terminado para la entrega de los mismos a los clientes o consumidores, teniendo en cuenta un control adecuado del mismo.

Sociedad

Sociedad (del latín *societas*) es un concepto polisémico, que designa a un tipo particular de agrupación de individuos que se produce tanto entre los humanos (sociedad humana -o sociedades humanas, en plural-) como entre algunos animales (sociedades animales). En ambos casos, la relación que se establece entre los individuos supera la manera de transmisión genética e implica cierto grado de comunicación y cooperación, que en un nivel superior (cuando se produce la persistencia y transmisión generacional de conocimientos y comportamientos por el aprendizaje) puede calificarse de cultura.

La sociedad es la totalidad de individuos que guardan relaciones los unos con los otros. Así, las personas comparten una serie de rasgos culturales que permite alcanzar la cohesión del grupo, estableciéndose metas y perspectivas comunes. La disciplina que se aboca al estudio de las sociedades es la sociología, apoyándose en la historia, la antropología, la economía, etc.

Inversión

KRUGMAN, Paul (1953) dice que, la inversión es un término económico, con varias acepciones relacionadas con el ahorro, la ubicación de capital, y la postergación del consumo. El término aparece en gestión empresarial, finanzas y en macroeconomía.

Una inversión, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable. El concepto de inversión suele ser sinónimo de activo. Más concretamente, hace referencia al activo fijo (el "inmovilizado"), ya que las inversiones a largo plazo son las que se mantienen con la intención de obtener una rentabilidad

Los activos se caracterizan por su rentabilidad, su seguridad y su liquidez. La combinación de estas tres características produce gran variedad de inversiones. Normalmente las inversiones de mayor rentabilidad son también las menos líquidas y las de mayor riesgo. En cambio, la liquidez y la seguridad son conceptos estrechamente relacionados.

Políticas gubernamentales

Publicas. Manuel Canto Chac las define como "camino o rutas de acción pública", cuentan con tres elementos básicos: orientación normativa, relevancia social y sustento legal. Un ejemplo de política gubernamental son los programas destinados a solucionar una necesidad general: acabar con el analfabetismo, construir una carretera, etc.

Una política es un comportamiento propositivo, intencional, planeado, no simplemente reactivo, casual. Se pone en movimiento con la decisión de alcanzar ciertos objetivos a través de ciertos medios: es una acción con sentido. Es un proceso, un curso de acción que involucra todo un conjunto complejo de decisiones y operadores. La política también es una actividad de comunicación pública.

Decisiones de gobierno que incorporan la opinión, la participación, la corresponsabilidad y el dinero de los privados, en su calidad de ciudadanos electores y contribuyentes. (Aguilar, L. (1993).

Nivel de consumo

El consumo, por tanto, comprende las adquisiciones de bienes y servicios por parte de cualquier sujeto económico (tanto el sector privado como las administraciones públicas). Significa satisfacer las necesidades presentes o futuras y se le considera el último proceso económico. Constituye una actividad de tipo circular en tanto en cuanto que el ser humano produce para poder consumir y a su vez el consumo genera producción.

SEN, Amartya (1987), El término consumo es un término que puede entenderse tanto en sentido económico como también en sentido social. Cuando hablamos de consumo estamos haciendo referencia a la acción de consumir, de comprar diverso tipo de productos o servicios que pueden presentar diferente grado de importancia o relevancia en lo que respecta a nuestra calidad de vida. El consumo tiene que ver con la economía ya que es el factor que alienta el movimiento económico y que le otorga dinamismo. Al mismo tiempo, el consumo es un fenómeno social ya que puede transformarse en un estilo de vida y cambiar significativamente el modo en que los individuos desarrollan su día a día. El consumo también tiene que ver con el gasto, así como sucede con la energía, con un alimento, con un servicio.

2.5. HIPÓTESIS

Las rutas turísticas de compras en el cantón Pelileo influyen en el desarrollo económico de los comerciantes del cantón Pelileo.

2.6. SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES

Variable Independiente: Rutas turísticas de compras.

Variable Dependiente: Desarrollo económico.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE

El presente proyecto de investigación tiene un enfoque de carácter cualitativo ya que se busca investigar las cualidades de los turistas que llegan al cantón de la misma forma se requiere hacer una investigación de carácter cuantitativo ya que se necesita saber cuántos turistas recorren esta ruta y realizar sus compras de los productos que se expende en la mencionada ruta.

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación será una investigación de campo ya que fue necesario acudir al sitio de investigación para obtener información del lugar.

Intervención social ya que se interactuó con los propietarios de los establecimientos del lugar, ya que de ellos se obtuvo las conclusiones a la problemática.

Bibliográfica, lincográfica y documental, en vista que la información obtenida se la obtuvo de libros, páginas web y documentales visuales.

3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación es de tipo Exploratorio ya que se está investigando algo que se conoce. También de forma global, ya que se hizo una descripción del problema. También se puede decir que es de tipo explicativo ya

que en el momento de llegar a la conclusión y resultados se explica el porqué de ese resultado y se llega a una conclusión según lo que diga la mayoría de encuestados.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

La investigación de campo se realizó a todo el universo de estudio, en vista de que era un número considerable para hacer la investigación. (127), por lo que no fue necesario establecer una muestra.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable Independiente:

Cuadro N° 2 Rutas Turísticas de compras

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<p>Una ruta turística, es un recorrido trazado para que el turista sienta motivación y admiración de visitar paisajes, rememorar sitios históricos, playas, montañas y realizar actividades como: Compras de productos y esparcimiento, por lo general con un precio bajo conectando zonas con diversos atractivos.</p> <p>Fuente: http://deconceptos.com/ciencias-sociales/ruta-turística.</p>	<p>Motivación de compra</p> <p>Producto</p> <p>Precios</p>	<p>Feriados Precios bajos Promoción.</p> <p>Innovación</p> <p>Calidad</p> <p>Altos Bajos</p>	<p>¿Durante los feriados cuál es su margen de venta? MUCHO POCO NADA</p> <p>¿Los turistas que llegan a su almacén piden descuentos o rebajas en los precios? SIEMPRE CASI SIEMPRE NUNCA</p> <p>¿La rentabilidad obtenida tiene relación directa con los precios? ALTOS BAJOS CONVENIENTES</p> <p>¿Piensa usted que gracias a las innovaciones de su producto los turistas consumen en su lugar de venta? SI NO</p> <p>¿Cree usted que el precio va de acuerdo a la calidad del producto que usted ofrece? SI NO EN PARTE</p> <p>¿La rentabilidad obtenida tiene relación directa con los precios? ALTOS BAJOS CONVENIENTES</p> <p>¿Cree usted que el precio va de acuerdo a la calidad de su producto que usted ofrece? SI NO</p>	Encuestas	Cuestionario estructurado

Elaborado por: GUATO, Javier (2013)

Variable dependiente

Cuadro N° 3 Desarrollo económico

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<p>El desarrollo económico es el proceso de crecimiento mediante el cual las personas incrementan sus ingresos gracias a la actividad turística, considerando que esta es una de las actividades más dinámicas y de rápido crecimiento.</p> <p>Fuente: http://www.ehowenespanol.com/diferencia-crecimiento-desarrollo-economico-info_365720/</p>	<p>Desarrollo económico</p> <p>Promover las ventas</p> <p>Actividad turística</p>	<p>Ventas al por mayor</p> <p>Proyectos</p> <p>Publicidad</p> <p>Amabilidad</p> <p>Desplazamiento</p> <p>Compras</p>	<p>¿usted realiza sus ventas: AL POR MAYOR POR MENOR DOS ANTERIORES</p> <p>¿Cree usted que con la implementación de una ruta turística de compras se incrementan sus ventas? SI NO EN PARTE</p> <p>¿Cree usted que la promoción turística que se está realizando a nivel nacional influye en el ámbito turístico del sector? SI NO EN PARTE</p> <p>¿Los clientes fijos son el pilar de su economía? SI NO EN PARTE</p> <p>¿Los turistas regresan a comprar frecuentemente en su almacén? SIEMPRE CASI SIEMPRE NUNCA</p> <p>¿Cree usted que la implementación de una ruta turística de compras es una opción de desarrollo económico de su empresa? SI NO EN PARTE</p> <p>¿Piensa usted que gracias al turismo su negocio ha crecido económicamente? SI NO EN PARTE</p>	<p>Encuestas</p>	<p>Cuestionario estructurado</p>

Elaborado por: GUATO, Javier (2013)

3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Cuadro N° 4 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

PREGUNTAS BÁSICAS		EXPLICACIÓN
1	¿Para qué?	Para lograr los objetivos de la investigación y proponer alternativas de solución al problema.
2	¿De qué personas u objetos?	Dueños de los locales comerciales que están inmersos en la ruta de compras.
3	¿Sobre qué aspectos?	Influencia en el desarrollo de los comerciantes.
4	¿Quién? ¿Quiénes?	Javier Guato
5	¿Cuándo?	Junio 2013
6	¿Dónde?	Cantón Pelileo.
7	¿Cuántas veces?	Una vez.
8	¿Qué técnicas de recolección?	Entrevista, encuesta.
9	¿Con qué?	Cuestionarios estructurados.
10	¿En qué situación?	Con sensibilidad, apertura y flexibilidad.

Elaborado por: GUATO, Javier (2013)

3.7. PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Con la aplicación de encuestas se tendrá la información deseada y se procederá de la siguiente manera.

- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa, contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Tabulación y ordenamiento de la información a través de gráficos.
- Estudio estadístico, análisis e interpretación objetiva, verificación de la hipótesis.
- Presentación de datos e interpretación de resultados, conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Se aplicaron ciento veinte y siete encuestas y el resultado es el siguiente:

Pregunta #1: ¿Durante los feriados cuál es su margen de venta? Mucho, poco, nada.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mucho	60	47,24%
Poco	67	52,76%
Nada	0	0%
Total	127	100%

Cuadro N° 5

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

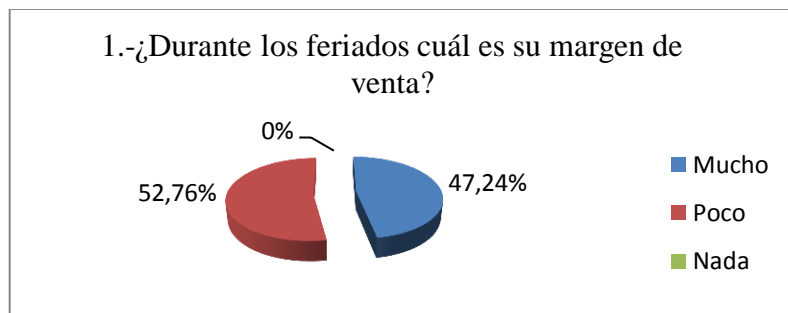


Gráfico N° 5

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

Análisis e interpretación

De las respuestas obtenidas se puede identificar que el 48% considera que durante los feriados su margen de venta es alto mientras que el 52% opina que su margen de venta es poco, por lo que se deduce que la mayoría de las personas que fueron entrevistadas no están satisfechas con las ventas que realizan en los feriados.

Pregunta #2: ¿Piensa usted que gracias al turismo su negocio ha crecido económicamente? Sí, no, en parte.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	68	53,54%
No	3	2,37%
En parte	56	44,09%
Total	127	100%

Cuadro N° 6

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

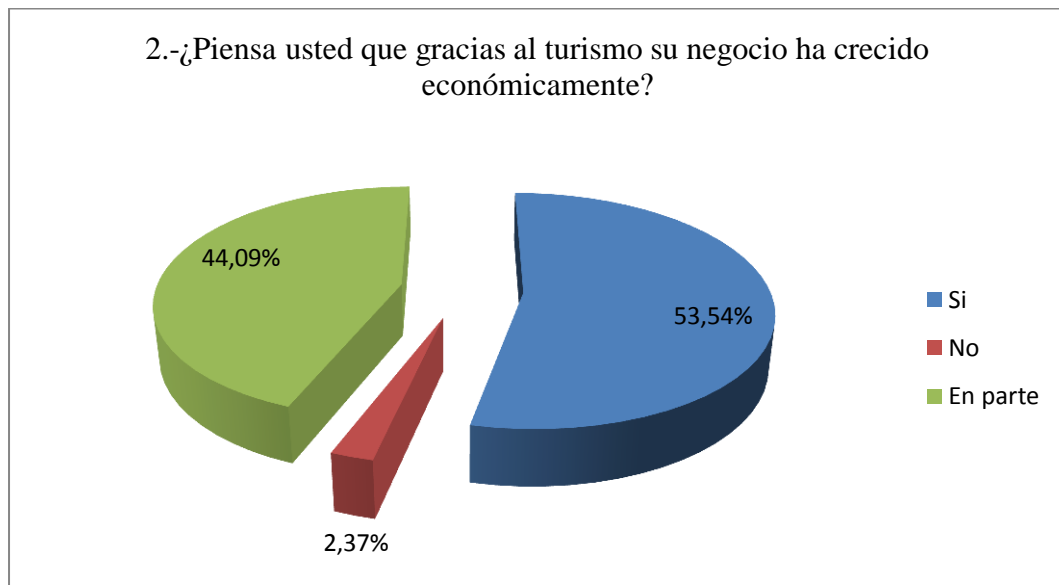


Gráfico N° 6

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

Análisis e interpretación

El 53% de las personas encuestadas considera que gracias al turismo su negocio ha crecido económicamente, mientras que el 2% dice que no y el 45% piensa que en parte ha crecido económicamente lo que da a interpretar que con la presencia de turistas en el cantón es sinónimo de crecimiento económico.

Pregunta #3: ¿Los turistas regresan a comprar frecuentemente a su almacén?, siempre, casi siempre, nunca.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	24	18,90%
Casi siempre	62	48,81%
Nunca	41	32,29%
Total	127	100%

Cuadro N° 7

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

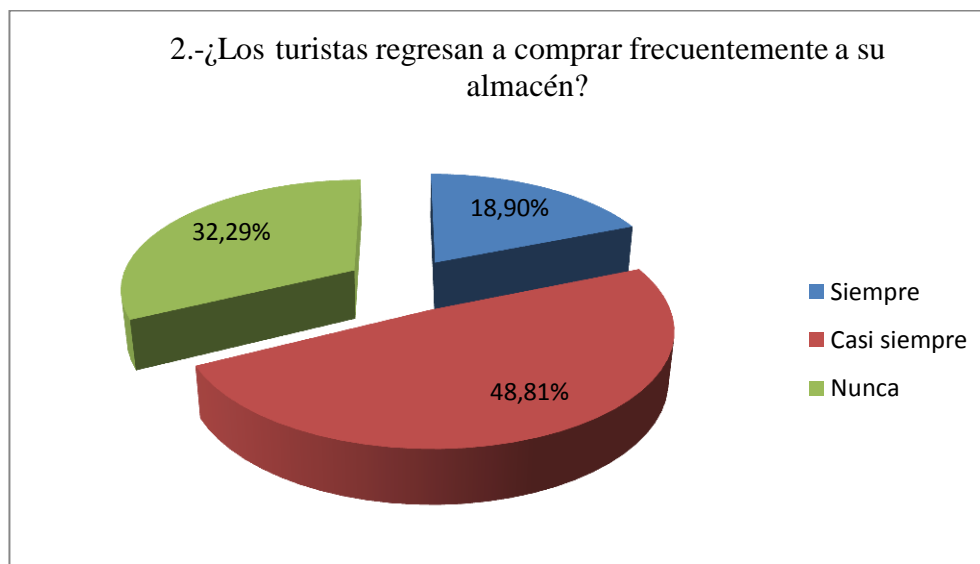


Gráfico N° 7

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

Análisis e interpretación

Del total de respuestas que fueron emitidas por el público entrevistado el 19% opina que los turistas regresan a comprar frecuentemente en su almacén, el 49% manifiesta que casi siempre, y el 32% nunca, por lo que se puede definir que la mayoría de turistas que llegan al cantón se vuelven clientes frecuentes, pero tenemos una corta brecha con un 32% que dice que nunca regresan a comprar esto se debe a que la mayoría de turistas solo están de paso.

Pregunta#4. ¿Piensa usted que gracias a las innovaciones de su producto los turistas consumen en su local de venta?, si, no, en parte.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	99	77,96%
No	0	0%
En parte	28	22,04%
Total	127	100%

Cuadro N° 8

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

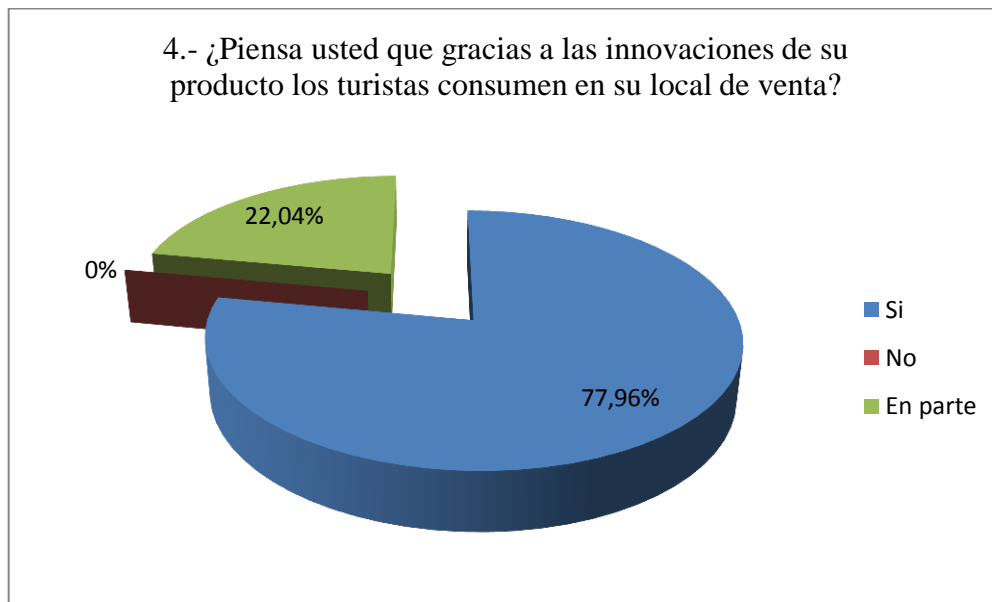


Gráfico N° 8

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

Análisis e interpretación

El resultado de las respuestas de las personas encuestadas es del 78% y manifiesta que gracias a las innovaciones que realizan en los productos los turistas consumen en su lugar de venta, y el 22% opina que no, por lo que da a interpretar que existe gran competitividad y diversidad de productos para ofrecer a los turistas.

Pregunta#5. ¿Los turistas que llegan a su almacén piden descuentos o rebajas en los precios?, Siempre, casi siempre, nunca.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	102	80,31%
Casi siempre	25	19,69%
Nunca	0	0%
Total	127	100%

Cuadro N° 9

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

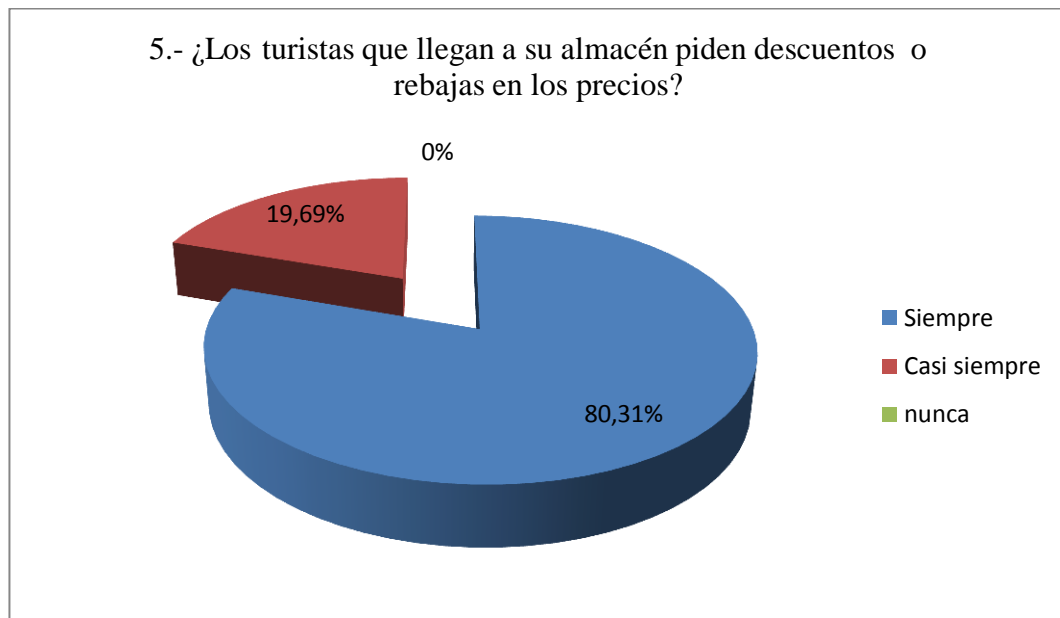


Gráfico N° 9

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

Análisis e interpretación

Del total de respuestas que fueron emitidas por el público entrevistado manifiesta que el 80% de los turistas que llegan al lugar de expendio piden descuentos o rebajas en los precios de los productos, y el 20% casi siempre, por lo que es evidente deducir que esto se debe a la cultura de regateo que tiene el turista nacional.

Pregunta#6. Usted realiza sus ventas; Al por mayor, al por menor, las dos anteriores.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Al por mayor	5	3,93%
Al por menor	13	10,23%
Las dos anteriores	109	85,84%
Total	127	100%

Cuadro N° 10

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

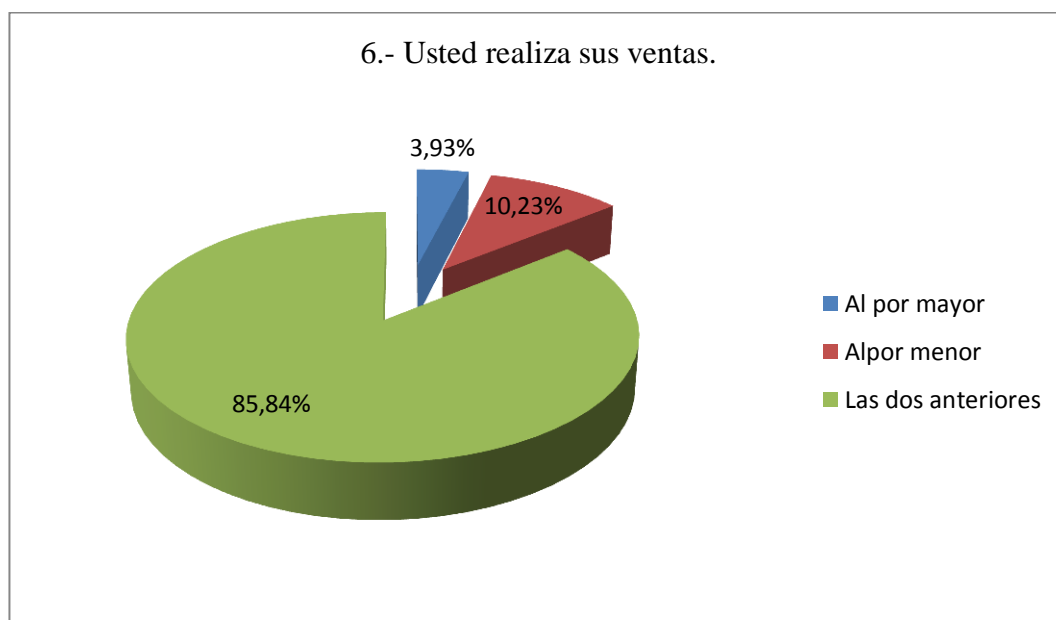


Gráfico N° 10

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

Análisis e interpretación

El público entrevistado manifiesta que el 4% realiza sus ventas al por mayor, el 10% al por menor y el 86% las dos anteriores, por lo que se interpreta que los comerciantes realizan sus ventas de acuerdo a la necesidad de los clientes.

Pregunta#7. ¿Su economía se debe a la presencia de turistas en el cantón?, Si, no, en parte.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	63	49,60%
No	1	0,80%
En parte	63	49,60%
Total	127	100%

Cuadro N° 11

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

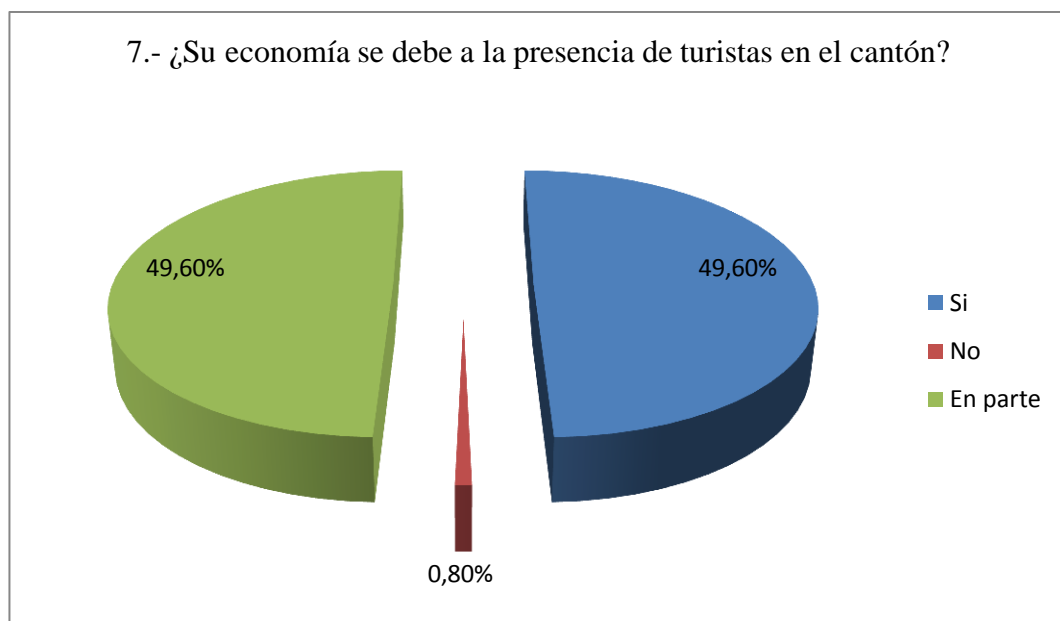


Gráfico N° 11

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

Análisis e interpretación

El total de respuestas del público entrevistado el 48% manifiesta que su economía se debe a la presencia de turistas en el cantón, el 3% no y el 49% en parte, lo que da a interpretar que las ventas no solo lo realizan en la ciudad de Pelileo si no también en otras ciudades del país.

Pregunta#8. ¿La rentabilidad obtenida tiene relación directa con los precios?,
Altos, bajos, convenientes.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Altos	12	9,44%
Bajos	3	2,37%
Convenientes	112	88,19%
Total	127	100%

Cuadro N° 12

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

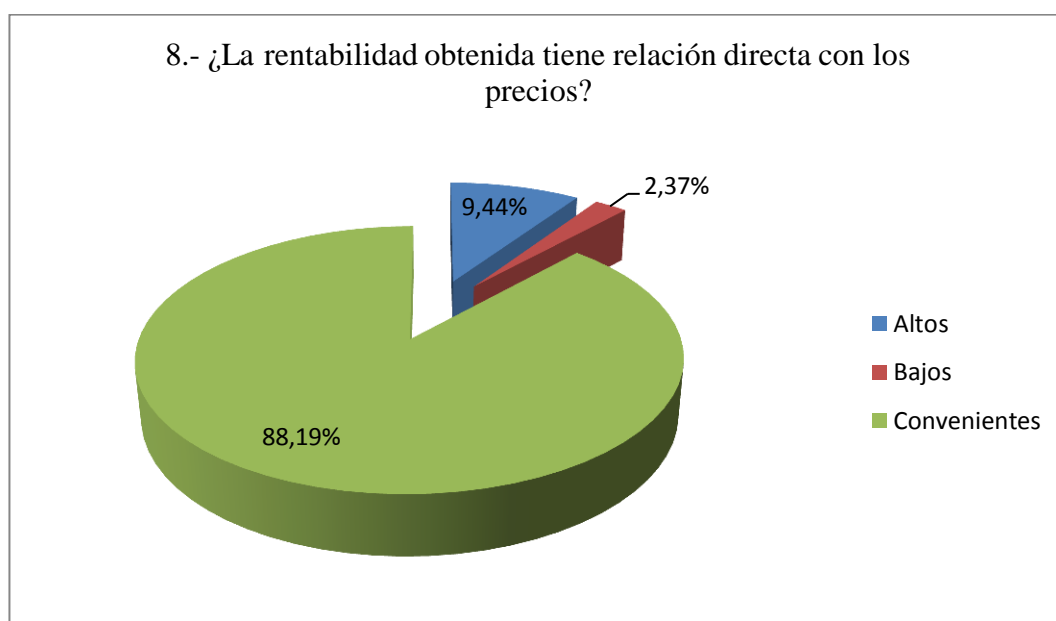


Gráfico N° 12

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

Análisis e interpretación

Del total de respuestas que fueron emitidas por el público entrevistado el 9% manifiesta que la rentabilidad obtenida tiene relación directa con los precios altos, el 2% precios bajos y el 89% precios convenientes, por lo que se interpreta que para el turista es más atractivo los precios convenientes.

Pregunta#9. ¿Los clientes fijos son el pilar de su economía?, Si, no, en parte.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	33	25,99%
No	20	15,74%
En parte	74	58,27%
Total	127	100%

Cuadro N° 13

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

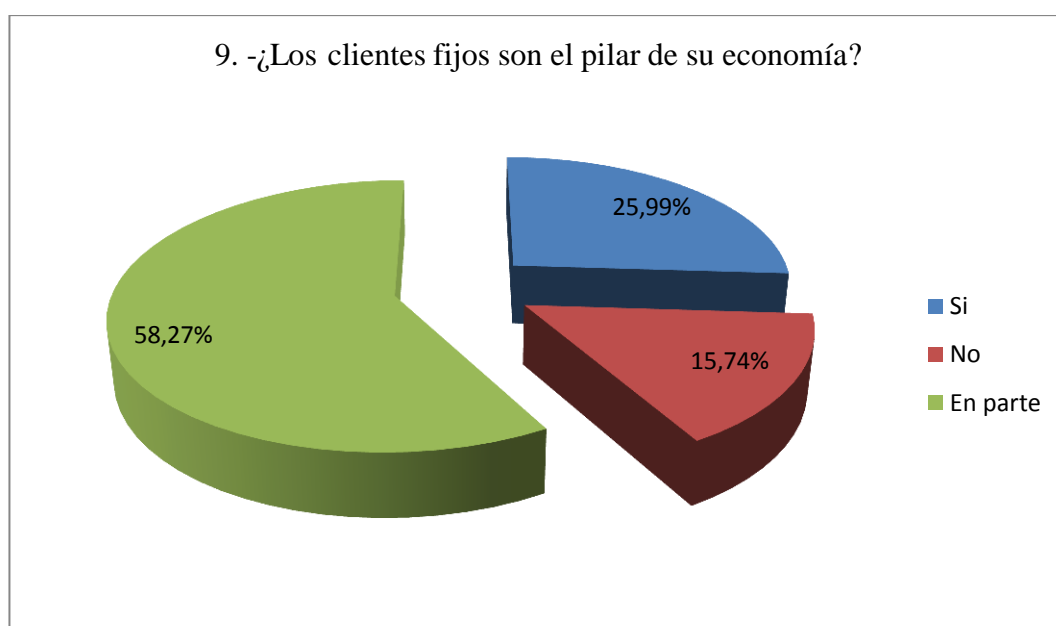


Gráfico N° 13

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

Análisis e interpretación

Del total de respuestas obtenidas el 26% manifiesta que los clientes fijos son el pilar de su economía, el 15% no, y el 59% en parte, lo que da a interpretar la mayoría de los comerciantes depende del turismo en el cantón.

Pregunta#10. ¿Cree usted que el precio va de acuerdo a la calidad del producto que usted ofrece?, Si, no, en parte.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	108	85,03%
No	1	0,79%
En parte	18	14,18%
Total	127	100%

Cuadro N° 14

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

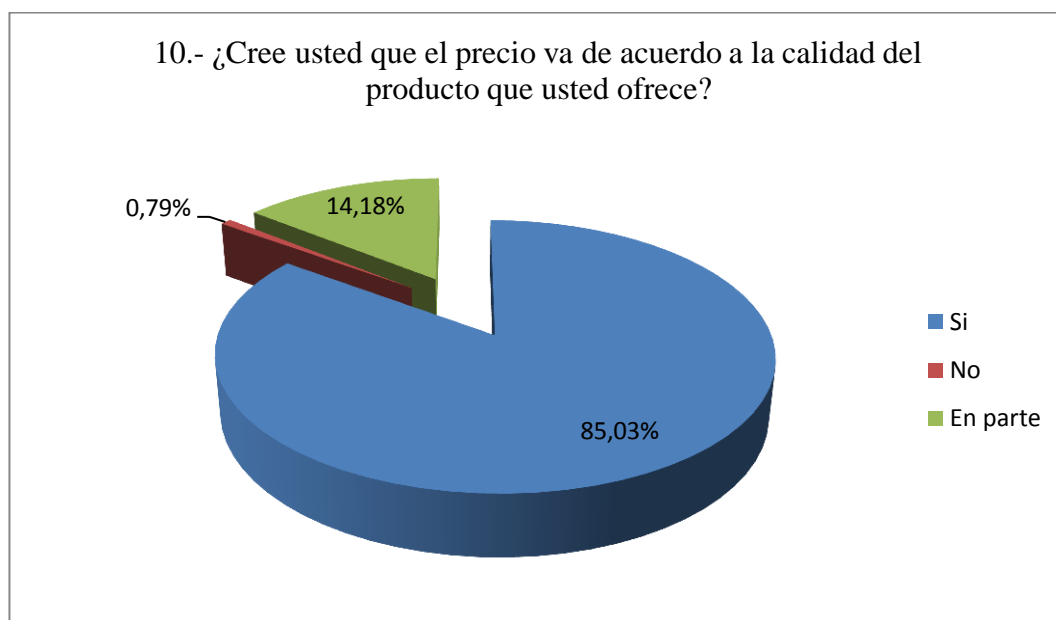


Gráfico N° 14

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

Análisis e interpretación

Del 100% de personas encuestadas el 86% manifiesta que el precio va de acuerdo a la calidad del producto que ofrece, y el 14% en parte, por lo que se interpreta que se oferta productos de calidad que van acorde el precio y las exigencias de los clientes.

Pregunta#11. ¿Cree usted que con la implementación de una ruta turística de compras se incrementarían sus ventas?, Si, no, en parte.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	106	83,47%
No	0	0%
En parte	21	16,53%
Total	127	100%

Cuadro N° 15

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

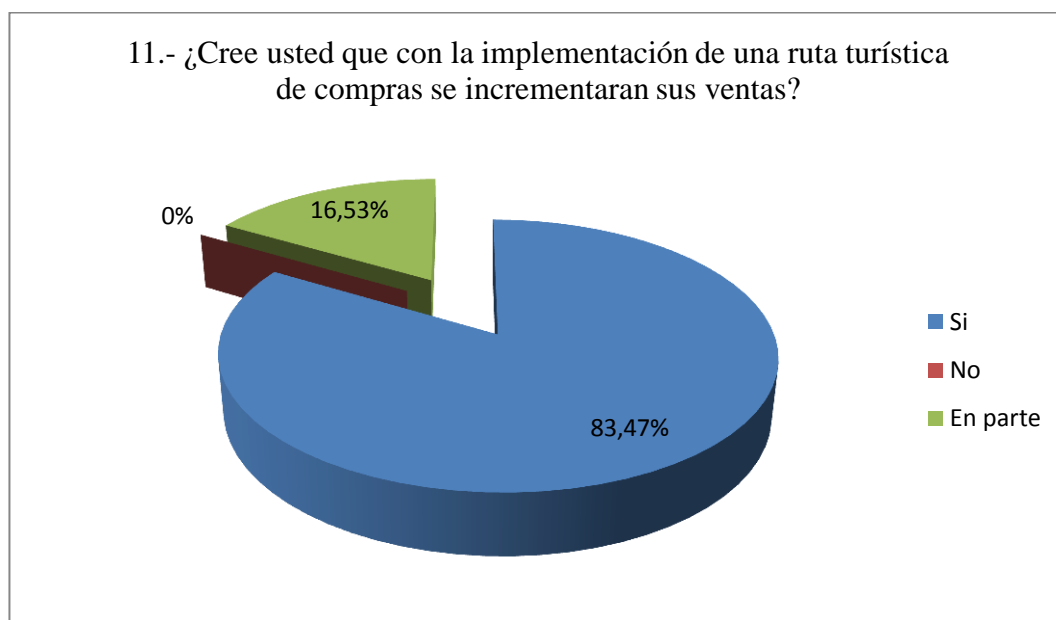


Gráfico N° 15

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

Análisis e interpretación

Las encuestas aplicadas al total de personas manifiesta que 83% manifiesta que la implementación de una ruta turística de compras incrementarían sus ventas, y el 17% manifiesta que en parte, por lo que se deduce que es de vital importancia la creación de una ruta turística de compras.

Pregunta#12. ¿Cree usted que la promoción turística que se está realizando a nivel nacional influye en el ámbito turístico del sector?, si, no, en parte.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	83	65,35%
No	1	0,79%
En parte	43	33,86%
Total	127	100%

Cuadro N° 16

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

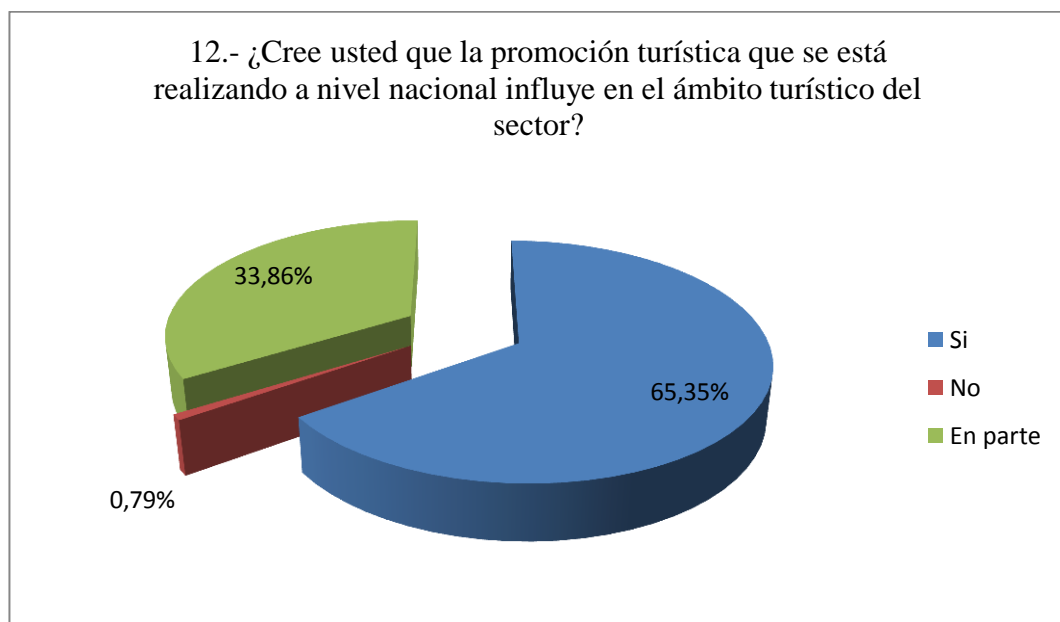


Gráfico N° 16

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

Análisis e interpretación

El 67% de las personas encuestadas manifiesta que la promoción turística que se está realizando a nivel nacional influye en el ámbito turístico del sector, y el 33% dice que en parte, por lo que se puede interpretar que es muy importante la promoción turística a nivel nacional lo mismo que se ve reflejado en sus ventas

Pregunta#13. ¿Cree usted que la implementación de una ruta turística de compras es una opción de desarrollo económico de su empresa?, si, no, en parte.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	105	82,68%
No	1	0,79%
En parte	21	16,53%
Total	127	100%

Cuadro N° 17

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

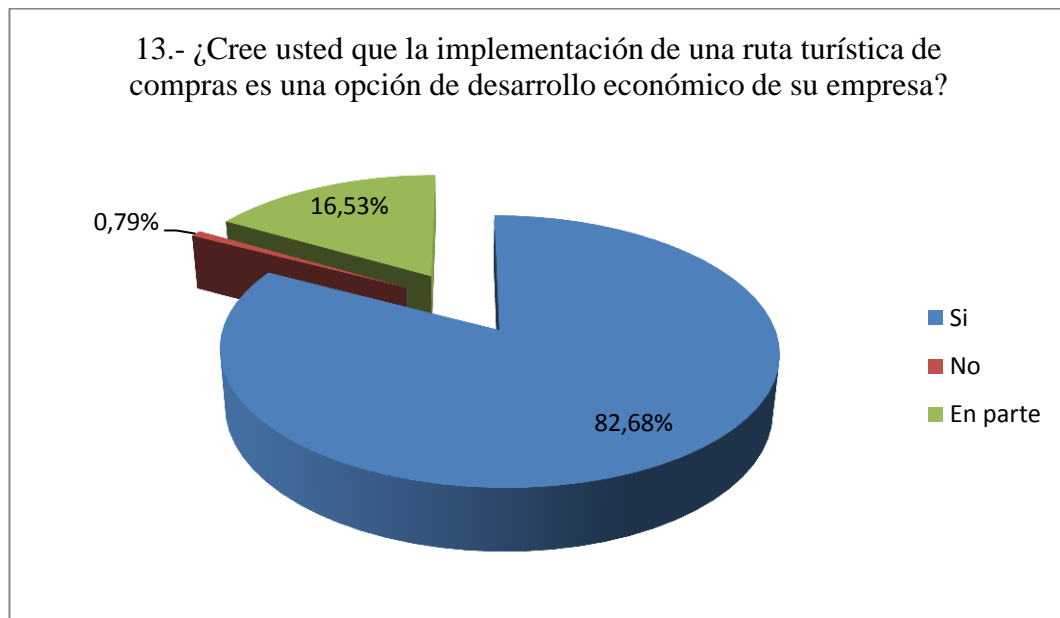


Gráfico N° 17

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Fuente: Encuesta.

Análisis e interpretación

Del total de respuestas que fueron emitidas por el público entrevistado el 82% manifiesta que la implementación de una ruta turística de compras es una opción de desarrollo económico y el 18% en parte, lo que da a interpretar que el turismo es sinónimo de desarrollo económico.

4.2. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

4.2.1 Planteamiento de la hipótesis

H0. Las rutas turísticas de compras en el cantón Pelileo **NO** influyen en el desarrollo económico de los comerciantes del cantón Pelileo.

H1. Las rutas turísticas de compras en el cantón Pelileo **SI** influyen en el desarrollo económico de los comerciantes del cantón Pelileo.

4.2.2 Selección del nivel de significación

Para la verificación de la hipótesis se utilizó el nivel de $\alpha=0.01$

4.2.3 Descripción de la población

Se ha tomado como referencia para la investigación de campo el total del universo de investigación los Propietarios de empresas de jeans, artesanías y muebles del cantón Pelileo.

Propietarios de negocios en Pelileo	Porcentaje
127	100%

Cuadro N° 18 Descripción de la población

4.2.4 Especificación de la estadística

Es necesario mencionar que para la verificación de la hipótesis se expresará un cuadro de contingencia de 8 filas por 3 columnas con el cual se determinará las frecuencias esperadas.

PREGUNTAS	CATEGORÍAS			SUBTOTAL
	OPCIÓN 1	OPCIÓN 2	OPCIÓN 3	
2	68	3	56	127
4	99	0	28	127
7	63	1	63	127
9	33	20	74	127
10	108	1	18	127
11	106	0	21	127
12	83	1	43	127
13	105	1	21	127
TOTAL	665	27	324	1016

Cuadro N° 19 Frecuencias esperadas

Frecuencias esperadas	
$(665 \times 127) / 1016$	83.125
$(27 \times 127) / 1016$	3.375
$(324 \times 127) / 1016$	40.5

Cuadro N° 20 Frecuencias Esperadas

Fuente: Propietarios de empresas de jeans, artesanías y muebles.

Elaborado por: GUATO, Javier (2013)

4.2.5 Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

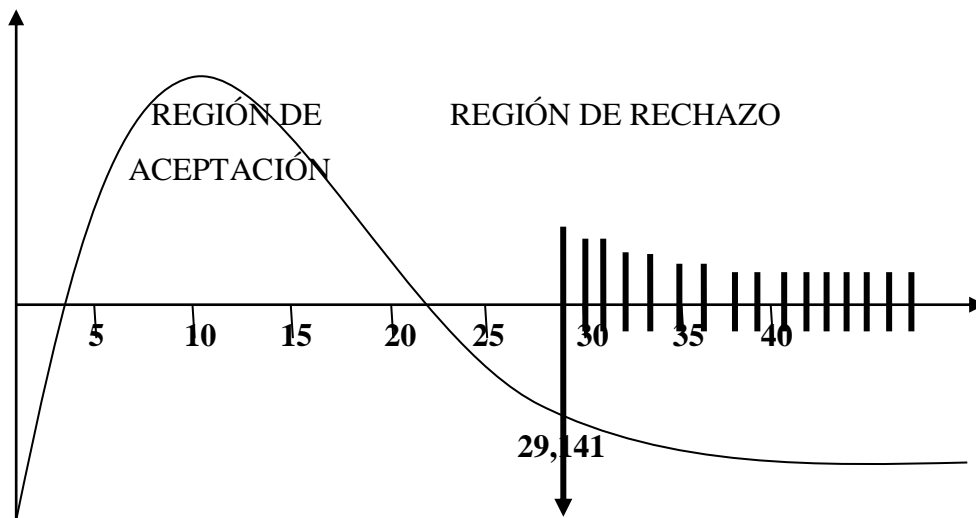
Se procede a determinar los grados de libertad considerando que el cuadro de contingencia consta de 8 filas y 3 columnas.

GRADO DE LIBERTAD		
	FILAS	COLUMNAS
gl=	(8-1)	(3-1)
gl=	7	2
gl=	(7 *2)	
gl=	14	
		X ² T= 29,141

Cuadro N° 21 GRADO DE LIBERTAD

Fuente: Propietarios de empresas de jeans, artesanías y muebles.
Elaborado por: GUATO, Javier (2013)

Gráfico N° 18 Curva estadística de Aceptación y Rechazo.



Regla de Decisión

Por lo tanto con 14 grados de libertad y a nivel 0.01 de significación la tabla de $X^2_T = 29,141$, por tanto si $X^2_C \leq X^2_T$ se aceptará la H_0 , caso contrario se la rechazará y se aceptará la hipótesis alternativa.

4.2.6 Recolección de datos y cálculos de lo estadístico

Para esto se utilizará la siguiente fórmula:

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

Cuadro N° 22 Chi Cuadrado Cálculo.

O	E	(O-E)	(O-E) ²	(O-E) ² /E
68	83,1	-15,1	228,8	2,8

3	3,4	-0,4	0,1	0,0
56	40,5	15,5	240,3	5,9
99	83,1	15,9	252,0	3,0
0	3,4	-3,4	11,4	3,4
28	40,5	-12,5	156,3	3,9
63	83,1	-20,1	405,0	4,9
1	3,4	-2,4	5,6	1,7
63	40,5	22,5	506,3	12,5
33	83,1	-50,1	2512,5	30,2
20	3,4	16,6	276,4	81,9
74	40,5	33,5	1122,3	27,7
108	83,1	24,9	618,8	7,4
1	3,4	-2,4	5,6	1,7
18	40,5	-22,5	506,3	12,5
106	83,1	22,9	523,3	6,3
0	3,4	-3,4	11,4	3,4
21	40,5	-19,5	380,3	9,4
83	83,1	-0,1	0,0	0,0
1	3,4	-2,4	5,6	1,7
43	40,5	2,5	6,3	0,2
105	83,1	21,9	478,5	5,8
1	3,4	-2,4	5,6	1,7
21	40,5	-19,5	380,3	9,4
1016	1016			237,2

Como se puede observar χ^2 (237,2) es mayor que χ^2 Tabular (29,141) por tanto, se acepta la hipótesis alternativa H1: Las rutas turísticas de compras en el cantón Pelileo **SI** influyen en el desarrollo económico de los comerciantes del cantón Pelileo, y con esto se ha verificado la hipótesis satisfactoriamente.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES:

Considerando los elementos anotados, se llega a las siguientes conclusiones generales:

- La presente investigación ha permitido conocer más de cerca la verdadera realidad por la que pasan los propietarios de las empresas.
- El aporte del turismo en el cantón Pelileo es significativo, ya que es un cantón de paso hacia la amazonia ecuatoriana.
- Se generó información sobre las rutas turísticas de compras y para que las mismas sean visitadas.
- La información turística que tiene el cantón Pelileo no es suficiente para incentivar a los turistas a que regresen.
- Se concluyó que es necesario dar a conocer las nuevas alternativas sobre rutas turísticas que posee el canto Pelileo.

5.2 RECOMENDACIONES:

- Incentivar a las autoridades del cantón a la creación de nuevos proyectos que vayan a mejorar la actividad turística del cantón.
- Elaborar un plan de marketing y promoción para atraer al turista.
- Crear una base de datos en dónde las personas puedan acceder fácilmente a la información, ya sea de servidores o sitios turísticos.
- Incentivar a las autoridades cantonales a la creación de centros de información estratégicos, para que los turistas puedan identificarlos fácilmente.
- Crear una ruta turística de compras que influya en el desarrollo económico del cantón Pelileo.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

TÍTULO: Creación de una ruta turística de compras que influya en el desarrollo económico del cantón Pelileo provincia de Tungurahua.

PROVINCIA: Tungurahua

CANTÓN: PELILEO

PARROQUIA: La Matriz

UBICACIÓN: El cantón Pelileo se encuentra ubicado en la Provincia de Tungurahua, a 19.7 km de distancia de Ambato y a 153 km de la ciudad de Quito, localizado en un lugar privilegiado entre montañas y valles.

LÍMITES: Norte, cantones Píllaro y Ambato, Sur Provincia de Chimborazo, Este Cantones Patate y Baños, Oeste cantones Quero y Cevallos.

Población: 56. 573 habitantes (censo 2010).

Extensión: 202.4 km².

Fuente: Plan estratégico Turístico del Cantón Pelileo.

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

La presente propuesta nace de la necesidad de crear una ruta turística de compras que influya el desarrollo económico de los comerciantes del cantón Pelileo con los datos analizados anteriormente, y con base a esta solución planteada existe la seguridad que servirá y ayuda a mejorar el nivel económico de los comerciantes e indirectamente a la población en general.

La actividad turística a partir de la presentación de servicios con visión de consumo, implica fundamentalmente una demanda de bienes, servicios pertenecientes a las diferentes ramas y sectores económicos, esto hace que esta actividad sea una actividad dinámica y diversificadora de las economías en todos los ámbitos por estas circunstancias surge la necesidad de planificar bajo una modalidad de gestión participativa, la misma que deberá contar con una capacitación a los actores del turismo en este caso en atención al cliente.

Con los datos obtenidos se puede concluir que una ruta turística de compras será de gran ayuda para la dinamización del turismo en el cantón Pelileo ya que con la misma se puede también ayudar a dinamizar indirectamente otros atractivos como, culturales, naturales, etc., que el cantón Pelileo puede ofrecer.

6.3 JUSTIFICACIÓN

La elaboración de esta propuesta de tesis se basa en apostar a la dinamización del turismo en el cantón Pelileo ya que se encuentra en un lugar privilegiado, ya que es un cantón de paso obligatorio hacia la Amazonía ecuatoriana y de regreso.

Otro aspecto de relevancia que cabe destacar es el aspecto cultural que el cantón posee con la parroquia Salasaca, siendo esta un referente de cultura y tradiciones gracias a su etnia cultural que posee

En la actualidad existe iniciativas que van a permitir mejorar el desarrollo socio-económico de la sociedad promoviendo el interés de los turistas observando variedad de productos atrayendo a más turistas.

Es fundamental también la calidad en el desarrollo de productos turísticos, manufactureros y textiles con más creatividad, impulsando el turismo, y la vez elaborar productos para que el turista se sienta satisfecho y así generar utilidades en beneficio común.

6.4 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

6.4.1. Objetivo General

- **Crear una ruta turística de compras en el cantón Pelileo provincia de Tungurahua.**

6.4.2. Objetivos Específicos

- **Socializar**, este proyecto con las autoridades municipales y los propietarios de los sitios de expendio.
- **Planificar**, las actividades a ser ejecutadas en la propuesta.
- **Ejecutar**, las actividades planificadas.
- **Evaluar**, los procesos realizados como consecuencia de la ejecución de la propuesta.

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

6.5.1. FACTIBILIDAD OPERATIVA

La propuesta de elaborar una ruta turística de compras en el canton Pelileo, será estructurada de forma funcional, que la misma debe ser elaborada de fácil comprensión para que pueda ser entregada y ejecutada por todo tipo de personas que desee ponerla en práctica por lo mismo se considera que el desarrollo y aplicación de la presente propuesta es operativamente factible.

6.5.2. FACTIBILIDAD ECONÓMICA

Análisis y presentación de indicadores que muestran la posibilidad de ejecutarse este proyecto en función de la disponibilidad de recursos.

Cuadro N° 23 Factibilidad económica.

INDICADOR	ESCALA				
	1	2	3	4	5
Apoyo de Organismos Seccionales					X
Aporte de ONGS			X		
Económico				X	
Sostenibilidad del proyecto durante la etapa de ejecución.					X
Aceptación de la creación del proyecto					X
Resultado: El presente proyecto tendrá altas posibilidades de respaldo financiero de diversas fuentes debido a las características innovadora que presenta.					

Fuente: Dirección de Turismo
Elaborado por: Guato, Javier 2013.

Una vez establecidos los indicadores y su ponderación en una escala del 1 al 5, se concluye que el proyecto es económicamente factible.

6.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

RUTA TURÍSTICA DE COMPRAS.- Se compone de un conjunto de locales, elementos, comunidades, etc., organizados en forma de red dentro de una región determinada y que estando debidamente señalizadas, suscitan un reconocimiento de interés turístico cuya motivación principal son las compras. Está relacionado con los buenos precios de la destinación o con productos de artes o tecnología avanzadas que no se encuentran en el país de origen del viajero.

El turista busca experiencias nuevas y diferentes en sus viajes, optando por una opción turística u otra en función de lo que busca y de la oferta que cree que mejor se adapta a lo que necesita.

El turismo se ha convertido en un bien de experiencia, el cual es necesario consumirlo para poder evaluarlo, por lo cual la orientación turística de una ciudad es algo más que una especialización sectorial productiva y debe convertirse en un foco de atención por parte de la planificación territorial urbana.

6.7 METODOLOGÍA DE LA PROPUESTA (modelo operativo)

Cuadro N° 24 Modelo Operativo

ETAPA DEL PROYECTO	OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	TIEMPO
Socialización	Socializar entre autoridades del Municipio de San Pedro de Pelileo, Dirección y Ministerio de Turismo, y las personas que intervienen en el turismo, para saber la importancia y beneficios que tiene la creación de una ruta turística de compras.	Convocar a las autoridades cantonales y provinciales para informar.	Investigador	1 semana.
Planificación	Planificar las actividades a ser ejecutadas en la propuesta.	Segmentar la actividad de forma sencilla, paso a paso.	Investigador y profesionales de la rama.	5 semanas
Ejecución	Ejecutar las actividades planificadas.	Entregar el proyecto al departamento de turismo del cantón san Pedro de Pelileo.	Director de turismo del cantón Pelileo.	6 semanas
Evaluación	Evaluar los procesos realizados como consecuencia de la ejecución de la propuesta.	Realizar encuestas de satisfacción de turistas.	Investigador	4 meses

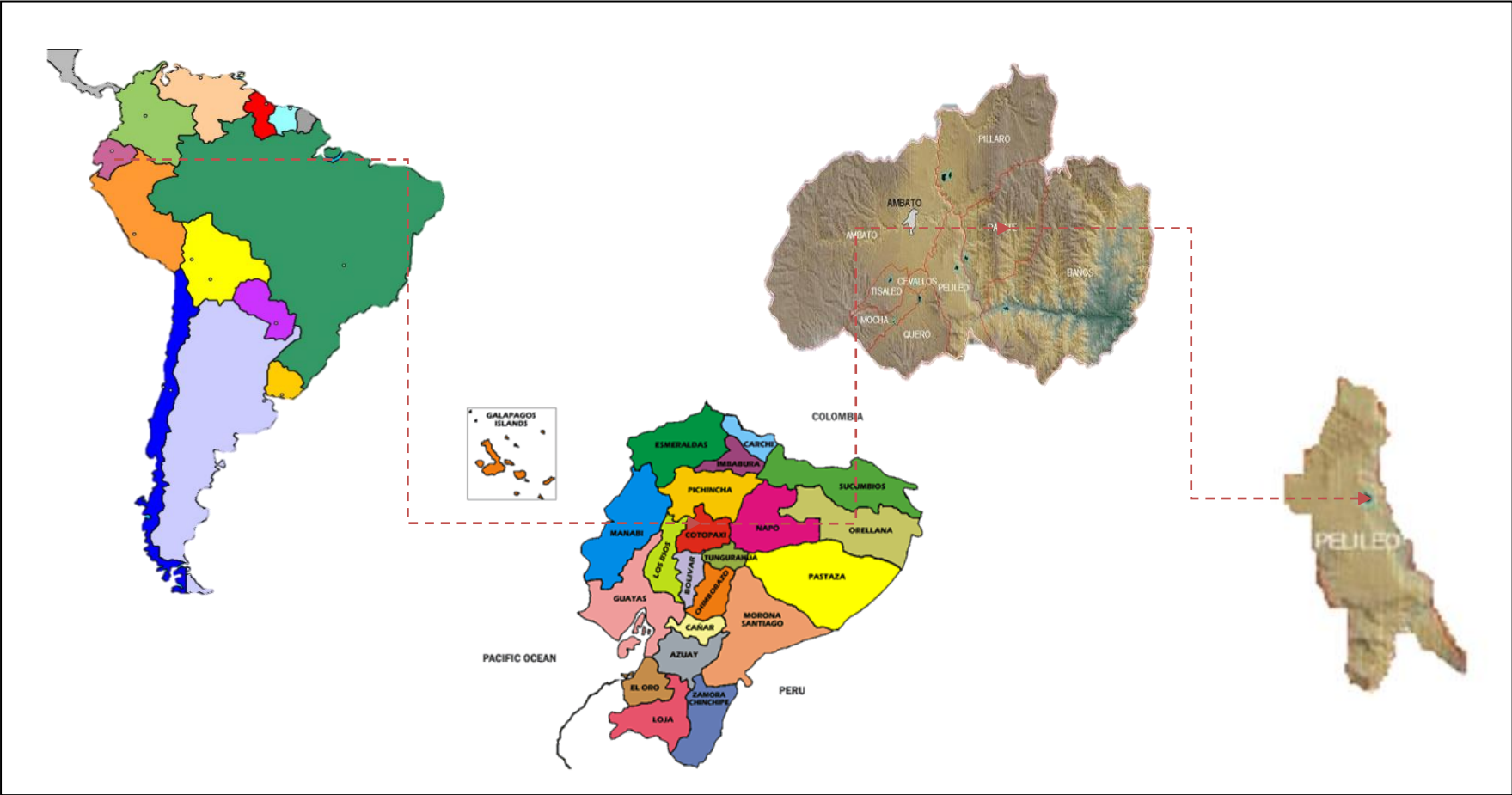
Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

6.7.1. DESARROLLO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

Así estará estructurado creación de la ruta turística de compras:

1. UBICACIÓN DEL CANTÓN
2. GENERALIDADES
3. IDENTIFICACIÓN DE SITIOS DE VISITA
4. TRAZADO DE RUTA
5. RECORRIDO (itinerario)
6. PAQUETE TURÍSTICO
7. PROMOCIÓN

Gráfico N° 19 Ubicación geográfica



Datos Geográficos

El cantón Pelileo se encuentra en la parte central del país, a 19.7 km. de la ciudad de Ambato capital de la provincia de Tungurahua y a 153 km. de la ciudad de Quito, capital del Ecuador, sobre un fértil meseta que se eleva en dirección sur hasta alcanzar a las elevaciones Teligote y Ladrillos que dominan en paisaje. La zona sur del cantón se halla ocupada por un interesante sistema montañoso donde existen remanentes de bosques andinos, zonas agrícolas y de pastoreo, esta área se halla influenciada por corrientes de vientos húmedos que discurren desde la Amazonía por el valle del río Pastaza. Entre las elevaciones más importantes destacan los páramos de Bolívar el cerro Mulmul y otras elevaciones menores como Tungurahuilla y Chanchaloma, que descienden abruptamente hasta los valles del río Patate y Chambo, dejando estrechas planicies donde se ubican poblaciones como Cotaló, Huambaló, y Bolívar.

GENERALIDADES

El cantón Pelileo, está ubicado en la provincia de Tungurahua, a 19.7 kilómetros de distancia del cantón Ambato y a 153 kilómetros de la capital, localizado en un lugar privilegiado rodeado entre montañas y valles.

Límites: Norte, cantones Píllaro y Ambato, Sur Provincia de Chimborazo, Este Cantones Patate y Baños, Oeste cantones Quero y Cevallos.

Población: 56. 573 habitantes (censo 2010).

Extensión: 202.4 km².

Clima: Este cantón goza de un clima templado. La temperatura media anual es de 13 grados centígrados y puede llegar hasta los 22 grados centígrados. La precipitación media anual oscila entre los 557 y 700 mm/año.

Altitud: Su altitud promedio cantonal es de 2.900 msnm; el punto más alto es el cerro Teligote con 3.670 msnm y el punto más bajo es el valle de Chiquicha con 2.400 msnm.

Hidrografía: Se encuentra bañada por los ríos Patate al Este; y el río Chambo al sur. El río San Idelfonso nace y baña la parte baja de la parroquia García Moreno.

Parroquias:

Urbanas:

- La matriz y
- Pelileo Grande.

Rurales:

- Bolívar
- Huambaló
- Cotaló
- García Moreno
- Chiquicha
- El Rosario
- Salasaca
- Benítez

Días de feria:

Martes y sábados

San Pedro de Pelileo es un lugar privilegiado dentro de la provincia de Tungurahua, ya que es el paso obligado hacia el cantón Baños y a la Amazonía, razón por la cual mereció ser llamada “La Puerta del Dorado”, este hecho beneficia de diversas formas al cantón. La palabra PELILEO tiene diferentes significados como: “Laguna Grande”, “Cacique Poderoso”, “Fuerte como el Rayo”. Este cantón es muy conocido por turistas nacionales y extranjeros por su gente amable y emprendedora, por su producción industrial y artesanal, en especial por la confección de jeans y finos muebles de madera, estos productos se exhiben en más de 100 locales todos los días de la semana.

Pelileo cuenta con un patrimonio cultural rico en folklore, las manifestaciones más populares son las fiestas en las cuales se exhiben danzantes, caporales, curiangues, capitanes, pendoneros, saumeriantes, yumbos tejedores e infinidad de grupos que se esmeran por conservar sus tradiciones.

Enero: Fiestas del Campesino (Huambaló)

Febrero: Caporales (Pelileo y Salasaca)

Febrero 1: Mushuc Wata (Salasaca)

Febrero 21: Señor del Monte y Parroquialización

(Huambaló)

Marzo: San José (Salasaca)

Marzo 19: San José (Huambaló)

Marzo y Abril: Octavas de Pascua de Resurrección (Salasaca)

Mayo 8: Virgen del Monte (Huambaló)

Mayo-Junio: Fiesta Religiosa Octavas de Corpus e Inti Raymi

Junio 13: Fiesta de San Antonio (Cotaló)

Julio: Señor de los Milagros y Cantonización (Pelileo)

Septiembre: Fiesta de la Virgen de la Merced (Benítez)

Septiembre 14: Señor de la Santa Cruz (Huambaló)

Octubre: Fiesta de la Virgen del Monte (Huambaló)

Octubre: Señor de los Milagros (Pelileo)

Noviembre 20: Jatun Fiesta (Salasaca)

SERVIDORES TURÍSTICOS:

- Operadora Blue Land Adventures está ubicada en la antigua vía a Pamatug.
- Centro de Turismo comunitario Jatun Yuyari ubicada en la comunidad Patuloma.
- Museo Etnográfico Salasaca parroquia Salasaca frente a la plaza artesanal.
- Asociación 17 de octubre ubicada en el centro de la ciudad Av. Confraternidad junto al mercado república de Argentina.
- Complejo recreacional la Moya Asociación 24 de diciembre ubicada parroquia Pelileo Grande.
- Fritadas Pelileo Grande ubicadas en Pelileo grande frente al parque central.
- Granja Agroecológica ubicada en el sector Valle Hermoso.
- Centro recreacional el Bosque ubicado en la parroquia Huambaló.
- Complejo turístico Don Moro ubicado en el sector de Valle Hermoso.
- Parapente cerro Nitón ubicado en cerro Nitón.

OTROS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

- Hostal Pelileo ubicado en las calles Eloy Alfaro 645 y Quis Quis.
- Restaurante La Choza de Andrews ubicado en las calles Sucre y Rocafuerte.
- Hostal San Pedro ubicado en las calles Rocafuerte y Antonio Clavijo.
- Hostería Salasaca ubicada en Salasaca sector Kuriñam.
- Pensión Luna Bonsay ubicada en la vía Pelileo- Baños.
- Hostería Indi Wasi ubicado Salasaca sector Patuloma.
- Restaurante Rico Pollo Av. La confraternidad y Padre Chacón.

IDENTIFICACIÓN DE SITIOS DE VISITA

SALASACA.

Salasaca es una parroquia en el cantón de Pelileo, provincia de Tungurahua, Ecuador. La gente que vive allí es mayormente del pueblo indígena quichua. La gente principalmente trabaja la tierra para producir comida para su propio consumo. Los cultivos más importantes son la papa y el maíz. El pueblo quichua Salasaca, se encuentra ubicado en la provincia de Tungurahua, en el centro de los Andes del Ecuador. Su población es de aproximadamente doce mil habitantes, hablan el idioma Kichwa. Están organizados en ayllus, integrado por el padre, madre y sus hijos y los hijos políticos. Los hijos desde muy temprana edad son miembros activos en las tareas de producción familiar. Los kichwas Salasacas subsisten de la producción agrícola, ganadera y artesanal. Una de las expresiones culturales que identifica a los Salasacas es el tejido de tapices de diferentes motivos y diseños elaborados en telares manuales, los cuales relatan sus vivencias. La actividad agrícola es para su autoconsumo y se la realiza en dos pisos ecológicos, el alto y bajo. El centro social para los Salasacas en la actualidad es la plaza central, allí se localizan la Casa Comunal, la Escuela, el Colegio, el Subcentro de Salud Pública, el Mercado Artesanal y algunos almacenes artesanales, entre otros.

Origen

Su origen es Aymara, de la antigua Sociedad del Inka, los Salasakas llegaron desde el altiplano hasta donde hoy es Ecuador; se puede afirmar que su procedencia ancestral es el altiplano Boliviano, ellos vinieron caminando desde los 4.000 m.s.n.m. de altura de las cercanías del lago Titikaka a asentarse a 2.800 m.s.n.m. en las cercanías del Volcán Tungurahua en una tierra arenosa y estratégicamente ubicada para el desarrollo de la agricultura, artesanía, música y otras destrezas que lo hacen particular a otros grupos indígenas, también mantiene las diferentes manifestaciones culturales propias de su pueblo.

Artesanías en la Comunidad

Es evidente indicar los factores por los cuales los Salasakas se ven obligados a concurrir al mercado a través de la actividad artesanal o salarial. A lo largo de la historia, por lo menos la reciente, el Salasaka siempre ha caracterizado por ser un artesano. La artesanía de los tapices en particular surgieron en el año 1960 y 1962 por los voluntarios del Programa del Cuerpo de Paz de Estados Unidos que asesoraron a implementar el telar de espalda que se utiliza hasta la actualidad para efectuar fajas al telar de pedales que hoy es el instrumento indispensable para realizar los tapiz Salasaka.

Tapiz Salasaka

El trabajo del Tapiz Salasaka se originó en el tiempo del Inka, el cual al pasar el tiempo se fue desarrollando hasta la actualidad comprendida una de las artesanías más representativas el mundo Andino. Los diseños son llenos de detalles, los mismos mantienen la estilización de figuras tridimensionales a figuras geométricas bidimensionales como volcanes, valles, ríos, etc.

Fotografía 1



Fotografía 2



Plaza artesanal Llikakama

La comunidad Llikakama pertenece al pueblo Salasaka, en esta comunidad habitan más de 250 familias que se dedican a la artesanía especialmente al tejido de los tapices de diferentes motivos y diseños elaborados en los telares manuales ancestrales. Los habitantes de esta comunidad han decidido fortalecer la identidad cultural del Pueblo Salasaka mediante un centro de formación artesanal, medicina ancestral y pintura, dirigido a los niños y jóvenes de las comunidades, actividades que serán expuestas al turista directamente en el Centro Artesanal y Cultural Llikakama.

Fotografía 3



Fotografía 4



Museo etnográfico

Está ubicado en el centro de la parroquia Salasaka frente a la plaza central, en el primer piso hay una sala de recepción e información donde se entrega material impreso”

En la segunda, se destaca una muestra fotográfica completa de los momentos, personajes y festividades más representativas del lugar. Los protagonistas principales son los niños y adultos mayores.

En la tercera planta están las esculturas manufacturadas en madera de personajes festivos y caporales. Allí se recrea la tradicional 'Fiesta de los Capitanes' que se realiza cada año el 4, 5 y 6 de diciembre. A continuación, los visitantes reciben

una explicación detallada de cómo los talleres se convirtieron, hace 3 siglos, en el referente de industria textil.

En la siguiente planta, hay esculturas de similar material que escenifican el Pawkar Raymi (Fiesta de la Cosecha), realizado antiguamente en marzo y en el cual se ven indígenas con expresiones alegres y pintorescas, cargan canastos llenos de productos típicos de la zona como maíz, papa, fréjol, capulí y cebada.

En el último piso, se instalaron estatuas de salasacas e indígenas de la Amazonía, en total armonía y adorando al Sol. Demuestran la hermandad y fraternidad que esta etnia guarda hasta el día de hoy con clanes del Oriente. Whirak explica que el proceso de elaboración de las figuras les tomó casi 10 años. “Las efigies están recubiertas con harina de hueso animal, material que acentúa los rasgos más difíciles, sobre todo en manos y cara. Las tinturas son obtenidas de plantas nativas”.

Datos

Los cabellos de las esculturas del museo de la parroquia Salasaca son reales y fueron donados por personas de diferentes edades para añadirles un toque más real que impresione a los turistas.

El horario de atención ininterrumpido es de domingo a domingo, de 08:00 a 17:00 y tiene un costo por persona de 3 dólares. Los niños ingresan gratuitamente.

Fotografía 5



Fotografía 6



FERIA DE JEANS EL TAMBO

El barrio “El Tambo” es el sitio donde mayoritariamente las industrias comercializan sus productos; las ventas son al por menor y por mayor, se encuentra ubicado en la entrada al área urbana de la ciudad de Pelileo.

Fotografía 7



Fotografía 8



Ciudad de Pelileo área urbana

San Pedro de Pelileo está ubicado en el corazón de la provincia de Tungurahua, a 19,7 kms de la ciudad de Ambato, se puede encontrar restaurants, centros comerciales, supermercados, áreas de esparcimiento como el complejo turístico la moya, parque memorial.

El sector La Moya donde se halla el complejo recreacional existen varios manantiales que alimentan un pequeño lago. Aquí se han implementado una serie de facilidades para el disfrute de los Tungurahuenses. La Moya cuenta con una piscina semi olímpica de agua temperada, así como jardines, miradores, senderos, espacios deportivos y juegos infantiles y señalización orientativa.

Fotografía 9



Fotografía 10

Huambaló

Parroquia Huambaló, cantón Pelileo, situada a 15 minutos del centro de la ciudad de Pelileo, desde hace casi dos décadas la fabricación de muebles es la principal fuente de sustento económico familiar, ellos cambiaron el cultivo de cebolla blanca y manzanas por la producción de la madera para la fabricación de los muebles que ofrecen en el mercado nacional con precios competitivos.

Fotografía 11



Fotografía 12



Sitios de interés

Cerro Nitón

Este es un hermoso mirador desde donde se puede observar y realizar fotografías del Tungurahua, vista de Ambato, Salasaca y Pelileo. Este espectacular lugar está ubicado a 5 km. del centro cantonal. Aquí se puede realizar camping ya que existe un área extensa. Realizar parapente es sin lugar a dudas una experiencia fantástica, volar libremente sobre un paisaje único en el mundo, contemplando la ruta de los volcanes desde el aire; Nitón es el lugar ideal para realizar parapente en compañía de guías especializados y profesionales de este deporte extremo.

Fotografía 13



Teligote

Este cerro posee un bosque nublado único y un páramo conservado, con gran variedad de especies tanto de flora como de fauna nativa.

Las aves son el grupo más representativo de la fauna del sector, aquí encontramos quindes, tórtolas, curiangués y águilas. La especie más representativa de

mamíferos es el “sacha cuy” o llamado también cuy de monte. En este cerro se puede realizar expediciones de investigación, aventura, además en su cima se puede acampar, y realizar fotografía ya que es un mirador natural impresionante de toda la provincia de Tungurahua.

Fotografía 14



Valle hermoso

Ubicado a 5 Km. de la cabecera cantonal. Es un conjunto de caseríos que gozan de un clima extraordinario propio de un valle andino. Para llegar a este idílico paraje, se debe tomar la vía que conduce a Baños, pasar por la parroquia urbana Pelileo Grande, y tomar un desvío hacia la izquierda. Valle Hermoso ofrece paisajes únicos para los visitantes, aquí se han construido complejos recreacionales y piscícolas con restaurantes que ofrecen servicios de alimentación y esparcimiento. Este lugar se caracteriza por la gran cantidad de manantiales. Sus caseríos Inapí, Yataquí, Gamboa y Artezón guardan historia y tradición.

Fotografía 15



CARACTERIZACIÓN BASICA TURÍSTICA DE LOS SITIOS A VISITAR

Levantamiento de información

1. Ubicación de Los sitios de visita

Nombre de provincia: Tungurahua

Nombre de cantón: San Pedro de Pelileo

1.2 Número aproximado de habitantes en el cantón.

56.573 hab.

29.246 mujeres y 27.327 hombres.

Fuente: INEC

2. OFERTA DE SERVICIOS

2.1 Alojamiento

Identifique el tipo de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad.

- | | |
|------------------|------------------------------|
| 1. Hoteles: | 5. Moteles: SI |
| 2. Hosterías: SI | 6. Hospederías comunitarias: |
| 3. Hostales: SI | 7. Camping: |
| 4. Pensiones: | 8. Otro: |

2.2. Alimentación

Identifique el tipo de establecimientos de alimentos y bebidas existentes.

- | | |
|---------------------|--------------------------|
| 1. Restaurantes: SI | 4. Bares: SI |
| 2. Cafeterías: SI | 5. Cantinas: SI |
| 3. Fuentes de soda: | 6. Kioskos de comida: SI |

3. Principales vías de acceso:

- | | |
|-------------------------------|--------------|
| 1. Pavimentada/ asfaltada: SI | 6. Fluvial: |
| 2. Adoquinada: | 7. Marítima: |
| 3. Empedrada: | 8. Aérea: |
| 4. Lastrada: | 9. Sendero: |
| 5. De tierra: | 10. Otro: |

3.1. Para llegar al lugar (o dentro de ella) existe señalización:

a) VIAL

1. Sí = X

2. No

b) TURÍSTICA

1. Sí = X

2. No

3.2. Se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

1. Bus: SI

5. Canoa:

2. Camioneta: SI

6. Avión:

3. Taxis:

7. Avioneta:

4. Lancha:

8. Ninguno:

4. COMUNICACIONES

Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

1. SÍ X

2. NO

Existe señal de servicio telefónico celular:

1. Sí X

2. No

Existen cabinas de servicio telefónico para uso público.

1. Sí X

2. No

Existen cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

1. Sí X

2. No

Existe oficina de correos:

1. Sí X

2. No

5. SANIDAD

Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| 1. Red pública: X | 6. Pozo: |
| 2. Pila o llave pública: | 7. Río, vertiente, acequia: |
| 3. Otra fuente por tubería: | 8. Agua lluvia: |
| 4. Carro repartidor: | 9. Otro: |

Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

1. Carro recolector: X
2. Se quema:
3. Se entierra
4. Otro: Reciclaje

Existen establecimientos de salud:

1. Sí: SI
2. No

6. ENERGIA

Existe servicio de energía eléctrica:

1. Sí X
2. No

3.26. Existen gasolineras:

1. Sí X
2. No

Qué tipo de organizaciones existe (marque con una x):

Tipo de organización

1. Junta parroquial: X
2. Comité de barrio: X
3. Directiva comunitaria: X
4. Comité de desarrollo:
5. Cooperativas: X
6. Organización de mujeres:

7. Comité de padres de familia:

8. Organizaciones religiosas:

9. Clubes:

10. Asociaciones de turismo:

11. Otras____

Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si así fuere el caso.

1. Trabajo en grupo: X

2. Minga: X

3. Asamblea comunitaria. X

4. Otras

Establecimientos de alojamiento que se encuentran en la ruta.

Cuadro N° 25 Alojamiento

#	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TIPO	CAT G.	SERVICIOS			# Hab.	# Plazas
				Alim.	Tv	bar		
1	El Bosque	Motel	3.ra		X		16	4
2	Florida	Pensión	3.ra		X		18	3
3	Pelileo	Hostal	3.ra		X		26	3
4	Salasaca	Hostería	3.ra	X	X	X	10	3
5	Indi Wasi	Hostería	3.ra	X	X	X	12	2

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Establecimientos de alimentación que se encuentran en la ruta.

Cuadro N° 26 Restaurantes

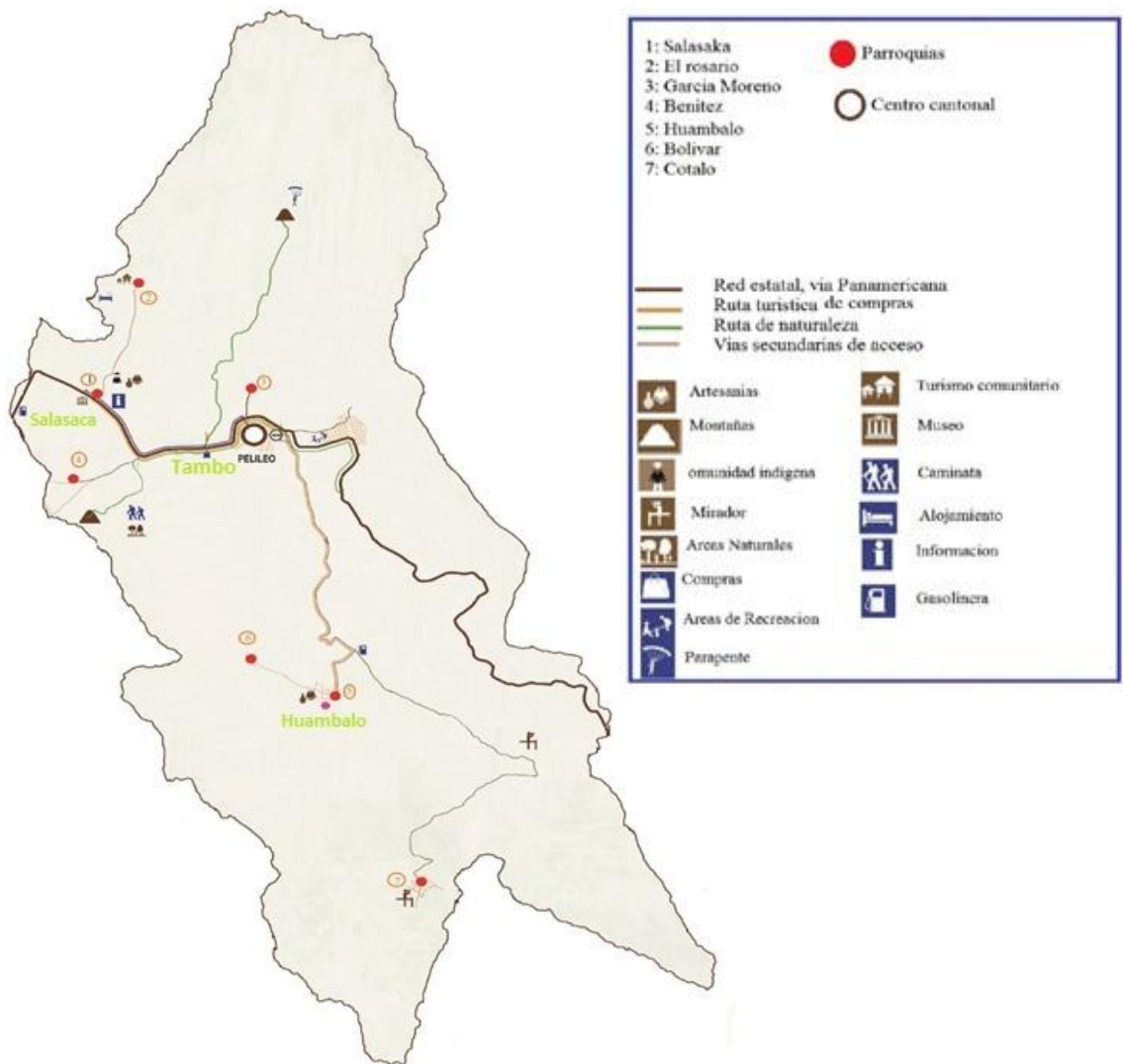
#	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TIPO DE COMIDA	CAPACIDAD	ESPECIALIDAD
	Turismo Restaurant	Típica	80 personas	Cuy
	Fast chicken	Comida rápida	25 personas	Pollo
	Doña Leo	Típica	65 personas	Yahuarlocro, cuy
	De Bianca Pizzería	Comida rápida	30 personas	Pizza

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

TRAZADO DE LA RUTA TURÍSTICA DE COMPRAS

Gráfico N° 20 ruta turística de compras

Simbología



Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

Recorrido (itinerario)

El recorrido inicia en el sitio referencial en la ruta 9: 30 am para el visitante, siendo este la comunidad de Salasaca esta es una parroquia con población indígena en su mayoría, una vez ya en el sitio se dirigirá a la comunidad Llikakama a unos 100 metros del centro de la parroquia, en este lugar se puede apreciar las diferentes artesanías, la habilidades que tienen para manufacturarlas, así también, un museo vivo de la cultura, manufacturación del pueblo Salasaka, en este lugar se demorará unos 45 minutos ya de regreso al centro de la parroquia se puede apreciar una feria artesanal muy colorida en este lugar el tiempo para recorrerlo es de 30 minutos, ya habiendo terminado el recorrido de la plaza, se puede dirigirse al museo etnográfico del pueblo Salasaka quedando este justo en frente de la plaza artesanal central, el mismo que tiene un costo por persona de \$3 y los niños entran gratis, en este lugar se estima demorar unos 40 minutos con esto se ha terminado el recorrido en este lugar, de nuevo en el bus nos toma llegar al barrio el tambo unos 10 minutos, en este lugar se prevé demorar 1: 30 minutos en recorrer los diferentes almacenes de jeans, siendo ya la 1: 05 pm se procede a dirigirnos al centro de la ciudad tomando 10 minutos en llegar a tomar el almuerzo en el restaurant Los Cuyes de Pelileo, tomando el tiempo de 1: 10 minutos, siguiendo con el itinerario se toma la dirección Pelileo Huambaló, con un tiempo de 25 minutos por carretera de asfaltada, el tiempo de recorrido por los principales centros de expendio de finos muebles de madera es de 2 horas, ya que los centros de expendio se encuentran en su mayoría un poco dispersos, después de esto nos dirigiremos a la cruz de Cotaló tomando un tiempo de 15 minutos, en este lugar se puede tomar fotografías del volcán Tungurahua, existe una vista panorámica impresionante del cantón Baños, Pelileo, realizar esta actividad toma un tiempo de 30 minutos, el retorno a la ciudad de Ambato se realizará a las 6 : 35 pm aproximadamente

Cuadro N° 27 distancia y tiempo

TRAMO DE LA RUTA	Distancia en Km.	Tiempo aproximado de traslado
Centro de Ambato – Salasaca	8 km	30 minutos
Salasaca –Barrio el Tambo	2 km	10 minutos
Barrio el Tambo- centro de la ciudad de Pelileo	1 km	10
centro de la ciudad de Pelileo –Parroquia Huambaló	10 km	25 minutos
Parroquia Huambaló- Cruz de Cotaló	7 km	15 minutos

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

PAQUETE TURÍSTICO

“RUTA TURÍSTICA DE COMPRAS”

INTRODUCCIÓN:

San Pedro de Pelileo es un lugar privilegiado dentro de la provincia de Tungurahua, ya que es el paso obligado hacia el cantón Baños y a la Amazonía, razón por la cual mereció ser llamada “La Puerta del Dorado”, este hecho beneficia de diversas formas al cantón en el ámbito turístico, económico.

ITINERARIO:

Lugar de encuentro parque Cevallos de Ambato, salida 9am todos los sábados; Recorrido, parque Cevallos- Salasaca admiración y compra de artesanías, Salasaca- el Tambo recorrido por la feria del jeans, el Tambo- centro de la ciudad almuerzo centro de la ciudad -Huambaló recorrido por los principales centros de expendio de muebles Huambaló-Cruz de Cotaló.

Retorno; 6: 35 pm aproximadamente aproximadamente.

TIPOS DE ACTIVIDADES:

- Visita a la plaza artesanal de Llikakama
- Recorrido y compra de artesanías en la feria artesanal de Salasaca
- Visita al museo etnográfico del pueblo Salasaca
- Toma de fotografías
- Recorrido y compra en la feria del jeans en el barrio el Tambo
- Recorrido y observación por los diferentes centros de expendio de finos muebles en la parroquia Huambaló
- Visita y toma de fotografías en el mirador cruz de Cotaló
- Otros

SERVICIOS A DARSE:

Transporte

Guianza

Suvenirs

Almuerzo

RECOMENDACIONES:

- Llevar cámara fotográfica
- Muchas ganas de divertir

Costo:



\$ 25

PROMOCIÓN

Díptico promocional.

La promoción se lo hará por los medios de comunicación televisivo, radial y escrito, así también se lo hará por medio de paquetes turísticos.

A lo que apunta este impreso promocional es de facilitar datos útiles y manipulables de tal modo que se pueda armar un itinerario, integrando atractivos, servicios y actividades junto a una buena señalética. La impresión del díptico será en formato A4, papel cuché, a continuación el diseño propuesto:

Disposición de la información del despliegue exterior: 1. Marca de la ruta, 2. Listado horizontal de las localidades incluidas en la ruta, así como la provincia, 3. Fotos referenciales de los atractivos de la ruta.

Disposición de la información del despliegue interior: 1. Mapa con ubicación, trazado de la ruta, y su respectiva señalética, 2. Reseña turística sencilla de localidades y atractivos con fotografías, 3. Cuadro de Simbología turística utilizada, 4. Resumen de distancias terrestres en Km. de cada tramo de la ruta, 5. Compendio de información de acceso: vías y transporte, 6. Contactos importantes.

Gráfico N° 21



Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

RUTA TURÍSTICA DE COMPRAS

INTRODUCCIÓN:

San Pedro de Pelileo es un lugar privilegiado dentro de la provincia de Tungurahua, ya que es el paso obligado hacia el cantón Baños y a la Amazonía, razón por la cual mereció ser llamada "La Puerta del Dorado", este hecho beneficia de diversas formas al cantón en el ámbito turístico, económico.

ITINERARIO:

Lugar de encuentro parque Cevallos de Ambato, salida 9am todos los sábados; Recorrido, parque Cevallos- Salasaka admiración y compra de artesanías, Salasaka- el Tambo recorrido por la feria del jeans, el Tambo- centro de la ciudad almuerzo centro de la ciudad -Huambaló recorrido por los principales centros de expendio de muebles Huambaló-Cruz de Cotaló Retorno: 6: 35 pm aproximadamente aproximadamente.

TIPOS DE ACTIVIDADES:

- Visita a la plaza artesanal de Llikakama
- Recorrido y compra de artesanías en la feria artesanal de Salasaka
- Visita al museo etnográfico del pueblo Salasaka
- Toma de fotografías
- Recorrido y compra en la feria del jeans en el barrio el Tambo
- Recorrido y observación por los diferentes centros de expendio de finos muebles en la parroquia Huambaló
- Visita y toma de fotografías en el mirador cruz de Cotaló

SERVICIOS A DARSE: Transporte, guianza, almuerzo

RECOMENDACIONES:

LLevar cámara de fotos.

\$25

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

6.8. Administración

Una vez realizada la entrega del proyecto al departamento de turismo del canton Pelileo, será facultad del departamento de turismo la administración y desarrollo del mismo, tomando en cuenta las recomendaciones planteadas anteriormente.

6.9. Previsión de la evaluación.

Para el presente proyecto se realizara una evaluación enfocada en:

Cuadro N° 28 previsión y evaluación

Evaluación	Medio de verificación
Afluencia de turistas al cantón.	Informe del departamento de turismo de Pelileo
Satisfacción del cliente.	Encuestas
Nivel de ventas semestrales.	Encuestas
Desarrollo económico de los propietarios.	Encuestas
Dinamización del turismo en el canton.	Informe del departamento de turismo de Pelileo

Elaborado por: GUATO, Javier (2013).

MATERIALES DE REFERENCIA

1. BIBLIOGRAFÍA

- AVILA, Macedo Juan José (2003) economía
- Cárdenas Fabio, comercialización del turismo, determinación y análisis del mercado, editorial trilla México 1999.
- Comité de turismo de Tungurahua: Unidad de los movimientos campesinos indígenas de Tungurahua.
- DELCLAUX, Isidro (1982) Sistema de producción y consume.
- GAD de san Pedro de Pelileo: Plan estratégico Turístico del Cantón Pelileo
- GALLEGO, Gonzales Agustin (2002) la identidad en la sociedad en la que vive.
- John Eatwell, Murray Milgate y Newman Camp (1993) desarrollo económico.
- KRUGMAN, Paul (1953), Macro economías.
- LEY DE TURISMO DEL ECUADOR
- Manual de geografía turística, de Calabuig y Ministral
- Patricio Cisneros: Actividad Turística del cantón Pelileo.
- REINO, Pedro, Historia y Geografía de la provincia de Tungurahua.
- Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 6(2). 2008
- Rovalino Núñez Paola Liliana: LA GESTIÓN MUNICIPAL DE CEVALLOS Y SU APORTE PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN
- SEN, Amartya(1987) El nivel de Vida.
- Video promocional del H. Concejo Provincial de Tungurahua

2. REFERENCIAS DE PAGINAS WEB

- <http://www.turismo.gob.ec/>
- http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir_%28version_resumida_en_espanol%29.pdf
- http://www.ceibal.edu.uy/contenidos/areas_conocimiento/cs_sociales/090105_ecoturismo/qu_es_el_turismo.html
- <http://www.mintur.gob.ve/descargas/glosariof.pdf>
- <http://www.region.com.ar/productos/semanario/archivo/672/turismo672.htm>
- http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/05/08/nota/909016/economia-ecuador-crecera-mas-4-2013-segun-banco-central>
- <http://www.guanitours.com/circuitoecuador.html>
- <http://www.ecuador.travel/descargas/file/35-premios-mintur>
- <http://www.andes.info.ec/es/econom%C3%ADa-turismo/5243.html>
- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/turismo-politica-y-economia-182246.html>
- <http://www.inec.gob.ec/home/>
- www.turismoecuador.com/espanol/directorio/transporte_turistico.htm - 50k
- <http://www.dspace.espol.edu.ec>
- <http://www.pelileo.gob.ec/>
- www.ecuadorencifras.gob.ec/
- www.inec.gob.ec/estadisticas/
- <http://www.ecuador.travel/que-visitar/atractivos-turisticos/region-sierra/149-tungurahua/205-artesantias-salasacas>
- <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/427>
- <http://dspace.esPOCH.edu.ec>

- <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/51708-el-buen-tequila-artesanal-se-encuentra-en-a-amara-n/>
- http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=165&id_articulo=6160
- http://geografiaturisticalacc.over-blog.es/pages/EL_ESPACIO_GEOGRAFICO-6211940.html#2613
- <http://salasaka-runakuna.blogspot.com/2009/06/ubicacion-geografica.html>
- <http://www.viajandox.com/tungurahua/salasaka-pueblo-indigena-ambato.htm>

ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES QUE INTERVIENEN EN LAS RUTAS DE COMPRAS DEL CANTÓN PELILEO

OBJETIVO:

El objetivo es recabar información para realizar la investigación sobre las rutas turísticas de compras y la influencia que genera en el desarrollo económico de los comerciantes del cantón Pelileo.

Sírvase contestar o marcar con una x la respuesta que usted considere pertinente, la seriedad de la información que usted proporcione permitirá realizar un trabajo de excelente calidad.

1. ¿Durante los feriados cuál es su margen de venta?

Mucho..... Poco..... Nada.....

2. ¿Piensa usted que gracias al turismo su negocio ha crecido económicamente?

SI..... NO..... EN PARTE.....

3. ¿Los turistas regresan a comprar frecuentemente en su almacén?

Siempre..... Casi siempre..... Nunca.....

4. ¿Piensa usted que gracias a las innovaciones de su producto los turistas consumen en su local de ventas?

SI..... NO..... EN PARTE.....

5. ¿Los turistas que llegan a su almacén piden descuentos o rebajas en los precios?

Siempre..... Casi siempre..... Nunca.....

6. Usted realiza sus ventas:

Al por mayor..... Al por menor..... Las dos anteriores.....

7. ¿Su economía se debe a la presencia de turistas en el cantón?

Sí..... No..... EN PARTE.....

8. ¿La rentabilidad obtenida tiene relación directa con los precios?

Altos..... Bajos..... Convenientes.....

9. ¿Los clientes fijos son el pilar de su economía?

Sí..... No..... EN PARTE.....

10. ¿Cree usted que el precio va de acuerdo a la calidad del producto que usted ofrece?

SI..... NO..... EN PARTE.....

11. ¿Cree usted que con la implementación de una ruta turística de compras se incrementaran sus ventas?

SI..... NO..... EN PARTE.....

12. ¿cree usted que la promoción turística que se está realizando a nivel nacional influye en el ámbito turístico del sector?

SI..... NO..... EN PARTE.....

13. ¿cree usted que la implementación de una ruta turística de compras es una opción de desarrollo económico de su empresa?

SI..... NO..... EN PARTE.....

Gracias por su colaboración

SALASAKA PLAZA ARTEZANAL



BARRIO EL TAMBO FERIA DEL JEANS



HUAMBALO MUEBLES

