



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

Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Licenciado en Turismo y Hotelería.

Modalidad de Titulación: Proyecto de Investigación

TEMA:

“LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA TARQUI, CANTÓN PASTAZA Y SU INFLUENCIA EN LA DINAMIZACIÓN DE LA ECONOMÍA LOCAL”

AUTORA: Cisneros Cedeño Francis Valeria

TUTOR: Ing. Mg. Alicia Mercedes Porras Angulo

Ambato – Ecuador

2017

APROBACIÓN DEL TUTOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

Yo, Ing. Mg. Alicia Mercedes Porras Angulo con C. I. 050227947-4 en mi calidad de Tutora del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: **“LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA TARQUI, CANTÓN PASTAZA Y SU INFLUENCIA EN LA DINAMIZACIÓN DE LA ECONOMÍA LOCAL”**, desarrollado por el egresada Francis Valeria Cisneros Cedeño, considero que dicho informe investigado, 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 II. Consejo Directivo.



Ing. Mg. Alicia Mercedes Porras Angulo

TUTORA

TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

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



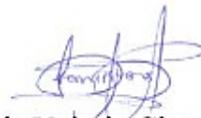
Francis Valeria Cisneros Cedeño

C. I. 160067113-3

AUTOR

CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente trabajo final de grado o titulación sobre el tema: **“LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA TARQUI, CANTÓN PASTAZA Y SU INFLUENCIA EN LA DINAMIZACIÓN DE LA ECONOMÍA LOCAL”**, 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 autoría y no se utilice con fines de lucro.



Francis Valeria Cisneros Cedeño

C. I. 160067113-3

AUTORA

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: **“LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA TARQUI, CANTÓN PASTAZA Y SU INFLUENCIA EN LA DINAMIZACIÓN DE LA ECONOMÍA LOCAL”**, presentado por el Srta. Francis Valeria Cisneros Cedeño egresado de la Carrera de Turismo y Hotelería promoción: Abril - Septiembre 2016, una vez revisada y calificada la investigación, se 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

LA COMISIÓN



Dra.Mg. Yolanda Imelda Pérez Jerez

MIEMBRO



Ldo.Mg. Héctor Raúl Tamayo Soria

MIEMBRO

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación, fruto de mi dedicación y empeño, se lo dedico con todo mi corazón a mis padres, a mi esposo y a mi hijo, por su apoyo incondicional en todo el camino de mi formación profesional y por haberme guiado por el camino del bien.

Dedico también a todos quienes buscan la superación tanto personal como profesional: amigos, profesores, autoridades del cantón Pastaza, que podrán poner en práctica lo mucho o poco que se pueda instruir a través de este trabajo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por brindarme la vida, salud, sabiduría y la bendición para poder culminar con una meta más en mi vida.

A mi familia, en especial a mi madre Daice Cedeño y a mi padre Francisco Cisneros, por darme la vida y guiarme en todo momento. A mi esposo Alexis Chacha por el apoyo incondicional siempre. A mi hijo Johao Chacha por ser el motor que día a día me permite continuar.

A mis amigas, Erika Aimacaña, Victoria Silva y Andrea Medina, por todo el apoyo y los consejos que me han brindado.

A mi tutora Ing. Mg. Alicia Mercedes Porras por su orientación y paciencia durante todo este proceso.

Francis Valeria Cisneros Cedeño

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN	i
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	ii
CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR	iii
AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE CUADROS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
ÍNDICE DE IMÁGENES	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
INTRODUCCIÓN	xvi
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA	1
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2.1 Contextualización	1
1.2.2 Árbol de Problemas	4
1.2.3 Análisis Crítico	5
1.2.4 Prognosis	5
1.2.5 Formulación del problema	6
1.2.6 Preguntas directrices (Subproblemas)	6
1.2.7 Delimitación del Objeto de Investigación	6
<i>Delimitación del Contenido</i>	6
<i>Delimitación Espacial</i>	6
<i>Delimitación Temporal</i>	7
1.3 JUSTIFICACIÓN	8
1.4 OBJETIVOS	9
1.4.1 GENERAL	9

1.4.2 ESPECÍFICOS	9
CAPÍTULO II.....	10
MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	10
2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	12
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	12
2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	15
2.4.1. Constelación de Ideas (Variable Independiente)	16
2.4.2 Constelación de ideas (Variable Dependiente)	17
2.4.3 Fundamentación Teórica Variable Independiente	18
2.4.4 Fundamentación Teórica Variable Dependiente	20
CATEGORIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE (Subordinación Conceptual).....	23
CATEGORIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE (Subordinación Conceptual)	29
2.5. HIPÓTESIS.....	36
CAPÍTULO III.....	37
METODOLOGÍA.....	37
3.1. ENFOQUE.....	37
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	38
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	38
3.4.1.POBLACIÓN.....	38
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	40
Variable Independiente:	40
Variable Dependiente.....	41
3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	43
3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.....	44
CAPÍTULO IV	45
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	45
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	45
4.2 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	56
4.2.1 PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS	56
4.2.2 SELECCIÓN DEL NIVEL DE SIGNIFICACIÓN	56

4.2.4 ESPECIFICACIÓN DE LO ESTADÍSTICO	57
4.2.5 ESPECIFICACIÓN DE LAS REGIONES DE ACEPTACIÓN O RECHAZO	58
CAPÍTULO V	62
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
5.1 CONCLUSIONES	62
5.2 RECOMENDACIONES	63
BIBLIOGRAFÍA	66
ANEXOS	68

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Operacionalización (variable independiente)	41
Cuadro 2: Operacionalización (variable dependiente)	42
Cuadro 3: Plan de recolección de información	¡Error! Marcador no definido. 4
Cuadro 4: Tabulación. Pregunta N° 1	436
Cuadro 5: Tabulación. Pregunta N° 2	458
Cuadro 6: Tabulación. Pregunta N° 3	49
Cuadro 7: Tabulación. Pregunta N° 4	50
Cuadro 8: Tabulación. Pregunta N° 5	51
Cuadro 9: Tabulación. Pregunta N° 6	52
Cuadro 10: Tabulación. Pregunta N° 7	53
Cuadro 11: Tabulación. Pregunta N° 8	¡Error! Marcador no definido. 4
Cuadro 12: Tabulación. Pregunta N° 9	¡Error! Marcador no definido. 5
Cuadro 13: Tabulación. Pregunta N° 10	¡Error! Marcador no definido. 6
Cuadro 14: Población para la verificación de la hipótesis ..	¡Error! Marcador no definido. 7
Cuadro 15: Especificación de lo estadístico (Frecuencias observadas).....	568
Cuadro 16: Especificación de lo estadístico (Frecuencias esperadas)	578
Cuadro 17: Grados de libertad	59
Cuadro 18: Recolección de datos (Chi cuadrado)	61

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Árbol de Problemas.....	4
Gráfico 2: Superordinación conceptual (Gráficos de inclusión).....	155
Gráfico 3: Subordinación conceptual (Variable Independiente); Error! Marcador no definido.	6
Gráfico 4: Subordinación conceptual (Variable Dependiente)	17
Gráfico 5: Representación gráfica. Pregunta N° 1.....	45
Gráfico 6: Representación gráfica. Pregunta N° 2.....	467
Gráfico 7: Representación gráfica. Pregunta N° 3.....	48
Gráfico 8: Representación gráfica. Pregunta N° 4.....	49
Gráfico 9: Representación gráfica. Pregunta N° 5.....	50
Gráfico 10: Representación gráfica. Pregunta N° 6.....	51
Gráfico 11: Representación gráfica. Pregunta N° 7.....	52
Gráfico 12: Representación gráfica. Pregunta N° 8.....	53
Gráfico 13: Representación gráfica. Pregunta N° 9.....	54
Gráfico 14: Representación Gráfica. Pregunta N° 10.....	Error! Marcador no definido.
Gráfico 15: Representación gráfica de aceptación y rechazo	59

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imágen 1: Mapa de la Parroquia Tarqui	34
Imágen 2: Panelera.....	34
Imágen 3: Sembrío de caña	35
Imágen 4: Paradero los Guayacanes.....	35
Imágen 5: Paraderos los Pinos	35
Imágen 6: Parque de Tarqui	35
Imágen 7: Hostal de Tarqui.....	35
Imágen 8: Zoorefugio Tarqui	35
Imágen 9: Zoorefugio Tarqui	35
Imágen 10: Zoorefugio Tarqui	36
Imágen 11: Zoorefugio Tarqui	36
Imágen 12: Zoorefugio Tarqui	36
Imágen 13: Zoorefugio Tarqui	36
Imágen 14: GADPR Tarqui	66
Imágen 15: Iglesia de Tarqui.....	66
Imágen 16: Zoorefugio Tarqui	66
Imágen 17: Zoorefugio Tarqui	66
Imágen 18: Zoorefugio Tarqui	66
Imágen 19: Maito de Tilaia	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Actividades Turísticas de la Parroquia Tarqui	34
Tabla 2: Población involucrada.....	38
Tabla 3: Actividades turísticas que dinamizan la economía local de la Parroquia.....	61

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

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA TARQUI, CANTÓN PASTAZA Y SU INFLUENCIA EN LA DINAMIZACIÓN DE LA ECONOMÍA LOCAL”

TUTOR: Ing. Mg. Alicia Mercedes Porras Angulo

AUTOR: Francis Valeria Cisneros Cedeño

RESUMEN:

La investigación se realizó en la Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza, Provincia de Pastaza, el fin fue analizar la influencia de las actividades turísticas en la dinamización económica local, para local se utilizó métodos y técnicas que permitan levantar la información pertinente al proyecto como la encuesta, entrevista y observación directa; donde los resultados obtenidos fueron la identificación de las actividades turísticas como el alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, recreación, transportación e intermediación el que se pueden realizar en la en el área de estudio, las cuales son aceptadas por los turistas, además mediante la encuesta se pudo evidenciar que los turistas que visitan la parroquia Tarqui.

Por lo general solo visitan el zoológico Tarqui y el parque, sin darse cuenta que hay más lugares por conocer; por tal razón se puede concluir que las actividad turística en la parroquia se han venido desarrollando de una manera escasa, por el desinterés de incentivar a la creación de proyectos de micro – emprendimiento, para lo cual existen lugares que no han sido promocionados y potencializados.

En síntesis se consideró que existen un elevado número de turistas de estadía corta lo cual en cierta medida es determinante en la economía local y en el presente caso es desfavorable pues la demanda que son los turistas realizan un escaso consumo de bienes y servicios turísticos, lo que no ha permitido que el turismo sea un aporte significativo en la dinamización económica de la parroquia Tarqui.

PALABRAS CLAVES: actividades turísticas, turistas, economía.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se investigó a la influencia que tienen las actividades turísticas en la dinamización de la economía local de la Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza. El trabajo de investigación consta de seis capítulos.

CAPÍTULO I

Con el presente tema: “Las actividades turísticas de la parroquia Tarqui, cantón Pastaza y su influencia en la dinamización de la economía local”, se establece la realidad a investigar, analizando aspectos como la contextualización desde un enfoque macro, meso y micro; el análisis crítico que reside en determinar las causas del problema; la prognosis que es una visión hipotética de los efectos que puede producir el problema determinado; la delimitación del objeto de estudio; la formulación del problema; las preguntas directrices o interrogantes del problema, ayudan a desarrollar los objetivos específicos; la justificación que determina la razón, motivo y factibilidad para llevar a cabo la investigación; finalmente el objetivo general y objetivos específicos.

CAPÍTULO II

Se desarrolla el marco teórico el mismo que permite explicar el objeto del estudio, los antecedentes investigativos permitirán dar soporte a la investigación; la fundamentación filosófica en la que detalla todo tipo de ejemplo a utilizar; la fundamentación legal da respaldo a la investigación; se establece la hipótesis que alcanza el trabajo y la contestación tentativa y provisional al problema; finalmente el señalamiento de las dos variables.

CAPÍTULO III

Se detalla la modalidad básica que sigue la investigación, se define la respectiva población y muestra, que será parte primordial de la investigación. La operacionalización de las variables, para pasar de lo abstracto a lo concreto de la investigación; la recolección de información, a través de técnicas e instrumentos que permiten describir, analizar e interpretar el problema y el plan de

posicionamiento y análisis de la información, para de esta manera establecer los resultados.

CAPÍTULO IV

Se desarrolla el análisis e interpretación de los resultados de las técnicas e instrumentos de investigación utilizados, sustentando la verificación de la hipótesis.

CAPÍTULO V

En este capítulo se establecen las conclusiones y recomendaciones a las que se han llegado después del proceso de investigación.

CAPÍTULO VI

Se redacta un artículo académico (Paper) como contribución a la investigación realizada la cual sirve como apoyo al estudio; se realiza un resumen con sus palabras claves, la misma es traducida al idioma inglés; consecutivamente se realiza la introducción, el cual contiene el problema central y los objetivos a ser alcanzados; luego se describe la metodología de la investigación, para posteriormente realizar el análisis, discusión de los resultados, finalmente se desarrollan las respectivas conclusiones.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN

“LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA TARQUI, CANTÓN PASTAZA Y SU INFLUENCIA EN LA DINAMIZACIÓN DE LA ECONOMÍA LOCAL”.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Contextualización

Ecuador posee un área de 283 561 km², se ubica en el cuarto país más pequeño de América del Sur, y posee una población que supera los 16 millones de habitantes, lo que transforma en el octavo país más poblado de Latinoamérica. A pesar que Ecuador es uno de los países más pequeños de América del sur, posee una gran riqueza cultural, misma que bien manejada puede llegar a convertirse en uno de los principales ejes de desarrollo económico del país gracias a su comercialización a través del turismo

Según la INEC (Sistema Nacional de Estadísticas y Censos), el aporte de la actividad turística a la economía es mínima, ya que el país se refleja en los ingresos por exportaciones, que según la Balanza de Pagos del Ecuador, al Petróleo crudo y Banano. Así se puede evidenciar que el turismo se lo ubique en

el 5to lugar, después de la exportación de Petróleo crudo, Banano, Camarón y Derivados de Petróleo.

Lo cual genera que exista una mínima promoción porque se evidencia que la multiplicidad de procesos establecidos en las diferentes leyes, reglamentos y acuerdos ministeriales, imposibilitan una forma ágil de coordinación entre las instituciones encargadas de entregar servicios de calidad para turistas, establecimientos turísticos y su promoción. (Proyecto para la Consolidación, Regulación y Control Turístico, 2014)

El turismo a gran escala en la Amazonía es relativamente nuevo, pues este estaba limitado por la falta de infraestructura tales como vías de acceso, hoteles, comunicaciones, guías turísticos, etc. Con el advenimiento de la actividad petrolera, a partir de los años 70' s se va mejorando de apoco la infraestructura vial de las provincias amazónicas, con el fin de crear caminos de acceso hacia los pozos petroleros.

La provincia de Pastaza, en las últimas dos décadas, ha fomentado el turismo como una actividad para obtener de esta forma ingresos, tanto para la provincia como para el país. Dentro de la provincia se encuentra el cantón Pastaza, que según el Ministerio de Turismo, es el cantón que cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos. Los cuales por su mínima promoción o se ha desarrollo de la mejor manera por falta de ingresos económicos por parte del Municipio de Pastaza, y por ende de las autoridades del país, ya que se desarrolla otros proyectos que no están destinados a la promoción de pequeñas parroquias. (MINTUR, 2014)

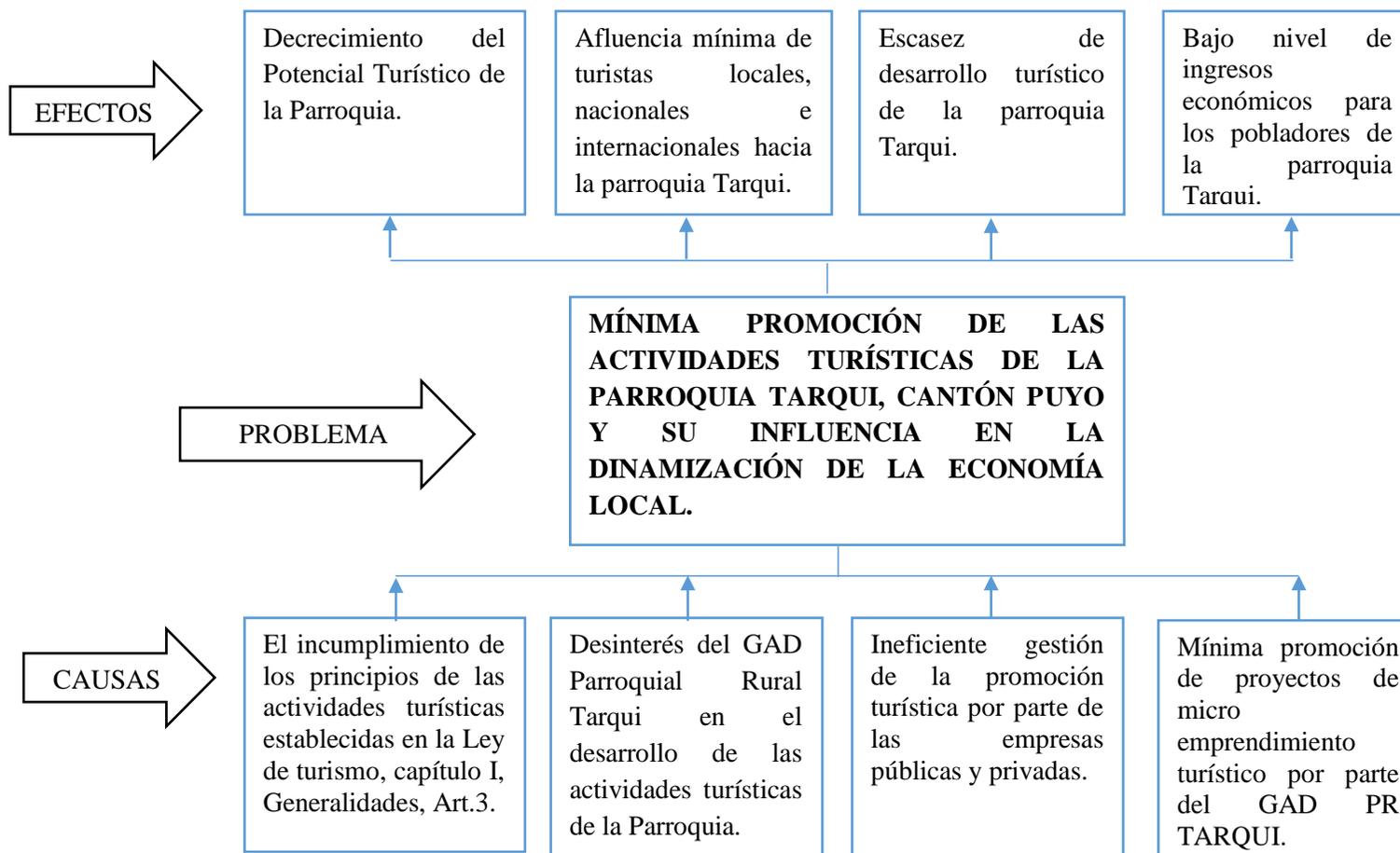
La parroquia Tarqui cuenta un porcentaje de la Población ocupada dedicada al sector de servicios es casi el 67% del total de la misma, pero sus ingresos son menores al 25% del Valor agregado neto, lo que quiere decir que los mismos no se encuentran especializándose y que sus ingresos son medios en relación a las de las Minas y Cantera. Lo cual cusa una promoción mínima e las actividades que posee en su territorio, por falta de apoyo el GAD Parroquial Rural Tarqui, al no

incentivar a la población e crear nuevas alternativas turísticas. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2011)

El problema existente de contar con una mínima promoción, también se debe a que el GADPR Tarqui no cuenta con ingresos económicos para la parroquia, ya que los grandes directivos como son los Municipios no cuentan con la aprobación de entregar ingresos para promocionar las pequeñas parroquias por falta de los mismos y crear otros proyectos. Si tener en cuenta que la parroquia cuenta con lugares turísticos que ofrecen alojamiento y recreación a propios y extraños; en las comunidades de Cotococha y Vencedores se encuentran cabañas turísticas en donde se exponen artesanías hechas con productos propios de la zona, además se exponen las costumbres y tradiciones de las etnias asentadas en la Amazonía y también cuenta en la actualidad con emprendimientos en turismo comunitario que se desarrollan en algunas poblaciones indígenas y de esta manera podría aumentar sus ingresos económicos (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2011).

1.2.2 Árbol de Problemas

Gráfico 1: Árbol de Problemas



Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

1.2.3 Análisis Crítico

La Mínima promoción de las actividades turísticas de la Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza y su influencia en la dinamización de la economía local, tiene varias causas y efectos, las cuáles comienzan por el incumplimiento de los principios de las actividades turísticas establecidas en la Ley de turismo, capítulo I, Generalidades, Art.3, y es por eso que la parroquia cuenta un decrecimiento del potencial turístico.

Adicional a la problemática se suma el desinterés del GAD Parroquial Rural Tarqui en el desarrollo de las actividades turísticas de la parroquia, ya que produce una afluencia mínima de turistas locales, nacionales e internacionales.

Por lo consecuente que ineficiente gestión de la promoción turística por parte de las empresas públicas y privadas tiene un efecto contraproducente con la escasez de desarrollo turístico de la parroquia, lo cual no permite que la parroquia cuente con una nueva alternativa de desarrollo y pues así obtener nuevas fuentes de empleo que mejoren la economía local.

Otro factor que influye en la parroquia es la mínima promoción de proyectos de micro emprendimiento turístico por parte del GAD Parroquial Rural Tarqui lo que conlleva que la parroquia cuente una con un bajo nivel de ingresos económicos para los pobladores de la parroquia, convirtiéndose en algo que afecta a las familias de este sector.

1.2.4 Prognosis

Si no se realiza la investigación, no se podrá conocer la influencia de las actividades turísticas en la dinamización de la economía local de la Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza, no se podrá identificar las actividades con las que cuenta la parroquia y no se podrá determinar más fuentes de empleo para las personas que habitan en este lugar.

1.2.5 Formulación del problema

- ¿De qué manera influye las actividades turísticas de la Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza en la dinamización de la economía local?

1.2.6 Preguntas directrices (Subproblemas)

- ¿Qué tipo de actividades turísticas se desarrollan en la Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza?
- ¿Cuáles son las principales fuentes de dinamización económica de la Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza?
- ¿Cómo influyen las actividades turísticas en la dinamización económica de la Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza?

1.2.7 Delimitación del Objeto de Investigación

Delimitación del Contenido

Campo: Turismo

Área: Actividades Turísticas

Aspecto: Influencia en la dinamización económica de la Parroquia Tarqui, Cantón Puyo.

Delimitación Espacial

La presente investigación se realiza en la Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza, la que cuenta con una extensión de 8.920,76 hectáreas según CONALI 2014.

Posee un cálido-húmedo y la temperatura oscila entre los 18° C y 24° C

Límites:

Norte: Con las parroquias Puyo y Veracruz

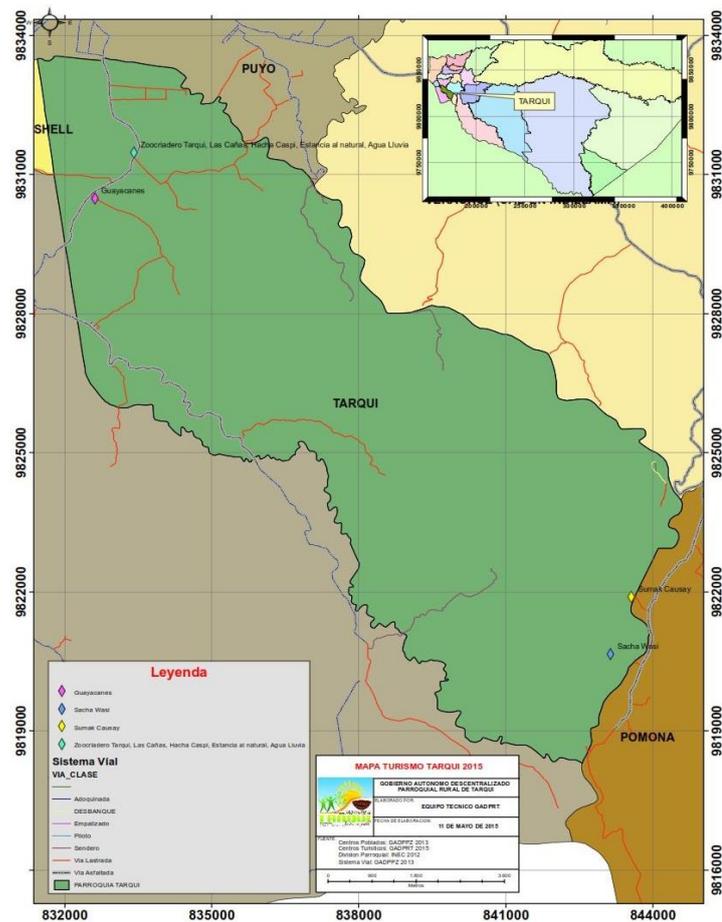
Sur: Con la parroquia Madre Tierra

Este: Con las parroquias Pomona y Madre Tierra

Oeste: Con las Parroquias Madre Tierra y Shell

Latitud: -1.53333 **Longitud:** -78

Imagen N°1: Mapa de la Parroquia Tarqui



Fuente: Línea Base año 2014

Elaborado: Equipo Técnico del GADPRT

Delimitación Temporal

El presente tema investigación se realiza en los meses de Marzo – Septiembre 2016.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La Parroquia Tarqui tiene la **finalidad** de brindar nuevas actividades turísticas e innovadores que permitan el desarrollo turístico, cultural y económico que tanto requiere. Por consiguiente, esta investigación contribuirá con la dinamización de la localidad y de sus habitantes que tanto lo requieren, para contribuir con el desarrollo de la parroquia.

El **impacto** económico causado a los pobladores por el presente proyecto será positiva, ya que es un proyecto sencillo, de manera que no se requiere de mucha inversión para cumplir con el trabajo investigativo, lo cual ayudará a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Es de gran **interés**, pues permitirá identificar qué tipo de actividades turísticas se realizan en la Parroquia Tarqui, realizando un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas), lo que permitirá crear nuevas perspectivas y soluciones las cuales se constituirán como fuente dinamizadora de la economía local.

Será útil, ya que de esta manera los pobladores de la parroquia podrán demostrar todo el potencial con el que cuenta la misma, y de otra forma ofertar nuevas actividades turísticas a visitantes nacionales y extranjeros que visitan el lugar.

Será beneficioso, porque la Parroquia Tarqui será conocida no solo como un sitio gastronómico y natural, sino como un lugar que reúne las condiciones óptimas, en el que se puede disfrutar en familia o con amigos realizando las actividades que se desarrollan en la parroquia.

La realización de este proyecto investigación es **factible y ejecutable**, ya que dinamiza las actividades turísticas y en consecuencia creando un artículo

académico (paper) que contribuya con la realización de las mismas. Además de contar con la responsabilidad y predisposición de su autora.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 GENERAL

- Analizar la influencia de las actividades turísticas en la dinamización económica de la Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza, Provincia de Pastaza.

1.4.2 ESPECÍFICOS

- Identificar las actividades turísticas que se desarrollan en la Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza.
- Definir si las principales actividades turísticas, dinamizan la economía de la Parroquia Tarqui.
- Desarrollar un artículo académico (paper) que contribuya a la investigación de las actividades turísticas de la Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza y su influencia en la dinamización de la economía local.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para el desarrollo del siguiente trabajo de investigación se tomó como referencia las conclusiones analizadas a continuación:

Trabajo investigativo N° 1

La tesis fue realizada en la Universidad Técnica de Ambato con el tema: “LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO SOCIO-ECONÓMICO DEL CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”, para optar el título en Licenciatura Turismo y Hotelería. (Chérrez, 2011)

CONCLUSIONES:

- Se pudo dar cuenta que la mayoría de personas que visitan el Cantón Morona lo hacen con la finalidad de hacer turismo, pero lamentablemente no existen lugares donde se pueda obtener el servicio de interpretación de las culturas de mismo, y existe muy pocas facilidades para poder acceder a los atractivos, por tal razón el tiempo de estadía es de máximo dos días en la ciudad.

- La actividad turística en los últimos años se ha venido desarrollando de una manera poco organizada, no se trabaja en proyectos turísticos, se promociona solo recursos turísticos y no se trabaja en hacerles atractivos turísticos, en la actualidad existen muchos lugares de interés turístico los cuales no poseen una buena promoción.

Trabajo investigativo N° 2:

La tesis fue realizada en la Universidad Técnica de Ambato con el tema: ““EL TURISMO ACCESIBLE Y SU INCIDENCIA EN LA DINAMIZACIÓN ECONÓMICA DEL CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA.””, Para optar el título en Licenciatura Turismo y Hotelería. (Reinoso, 2013)

CONCLUSIONES:

- Los propietarios de los establecimientos dedicados a la actividad turística, coinciden en que, si existe el apoyo por parte tanto del sector público y privado, pero que de una u otra manera no es el necesario cómo para dinamizar el turismo y la economía del cantón como en realidad se desea.
- La calidad en la prestación de servicios y oferta de productos turísticos brindados, de cierta manera es buena pero no satisface las exigencias del consumidor, que espera recibir ese valor agregado que transforma un servicio y/o producto turístico común en uno de calidad, óptimo y de la manera que el visitante jamás esperó recibirlo.
- La realización de un plan estratégico dinamizaría la economía del Cantón Ambato, gracias a la gestión y desarrollo del turismo accesible como una nueva alternativa de producción, brindando servicios de calidad.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

El presente proyecto de investigación se basó en un paradigma de carácter crítico propositivo, ya que está dirigida a estudiar la mínima promoción de las actividades turísticas. De esta manera incrementar la economía de sus habitantes, viendo la mejor elección propositiva para dar solución al problema.

También la investigación es constructivista social, ya que se analiza la problemática actual que vive la población, es decir los turistas relacionándolos específicamente con el aporte a la realización de las actividades turísticas de la parroquia Tarquí. (Naranjo, 2010)

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La presente investigación se sustenta en la Ley de Turismo y la Constitución de la República del Ecuador en los siguientes capítulos y con sus debidos artículos, los cuales se encuentran relacionados con la investigación.

LEY DE TURISMO

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

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. 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;(Ley de Turismo, 2014, pág. 02)

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;.....

TITULO IV

DE LA OBLIGACION DE REGISTRO Y DE LA OBTENCION DE LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Art. 141.- Obligación de registro y licencia.- Para que las personas naturales o jurídicas puedan ejercer las actividades turísticas previstas en la ley y en el presente reglamento, deberán registrarse como tales en el Ministerio de Turismo, obtener la licencia anual de funcionamiento, la aprobación de los precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documentos exigidos en otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones del Ministerio de Turismo y otros instructivos administrativos.

CAPÍTULO X

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

Art. 43 - De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe toda discriminación a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y a tasas por cualquier servicio turístico.

Art. 44 - El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley, es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

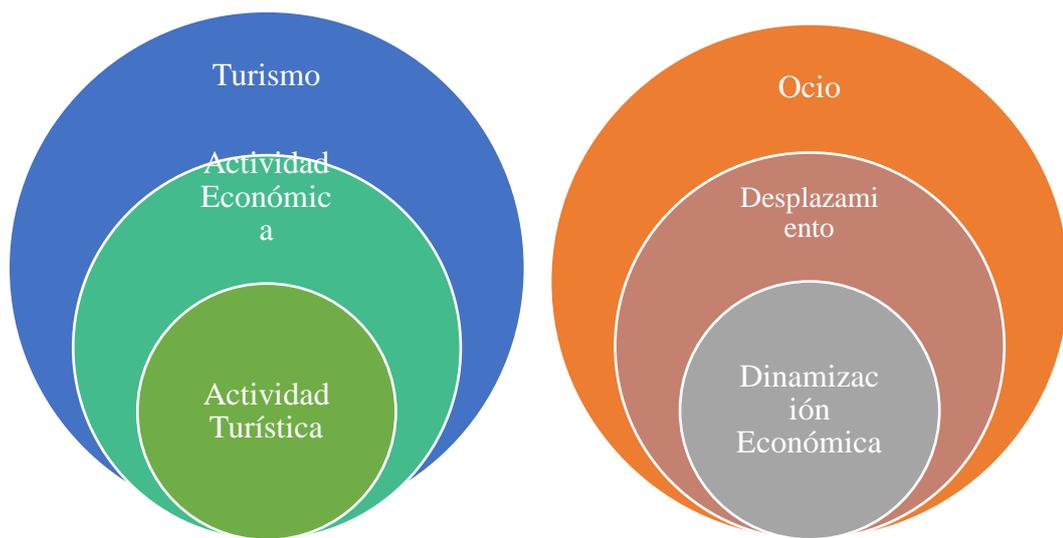
Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos. (Ley de Turismo, 2015, pág. 9)

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

Gráfico 2: Superordinación conceptual (Gráficos de inclusión)

Gráficos de Inclusión

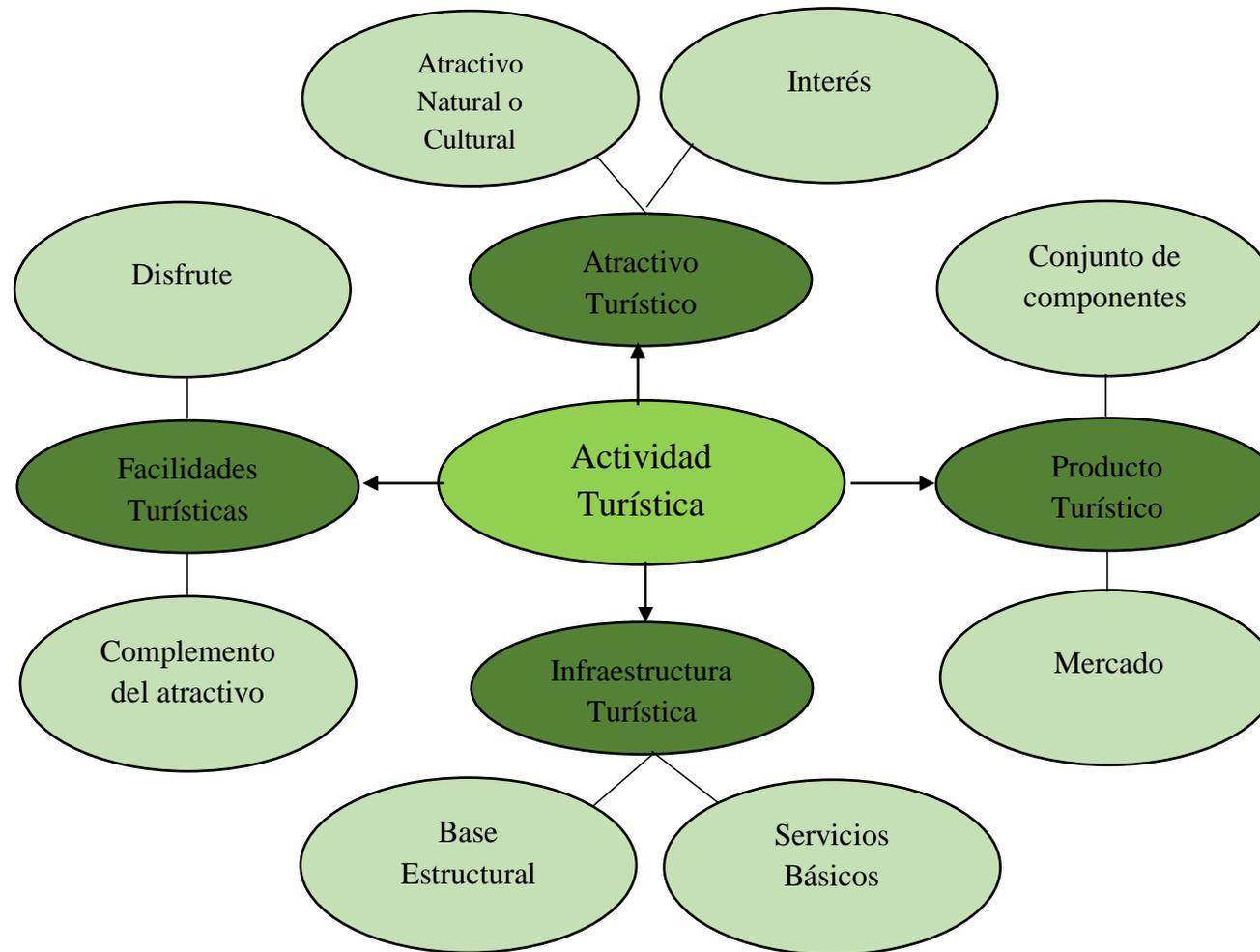


Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)



2.4.1. Constelación de Ideas (Variable Independiente)

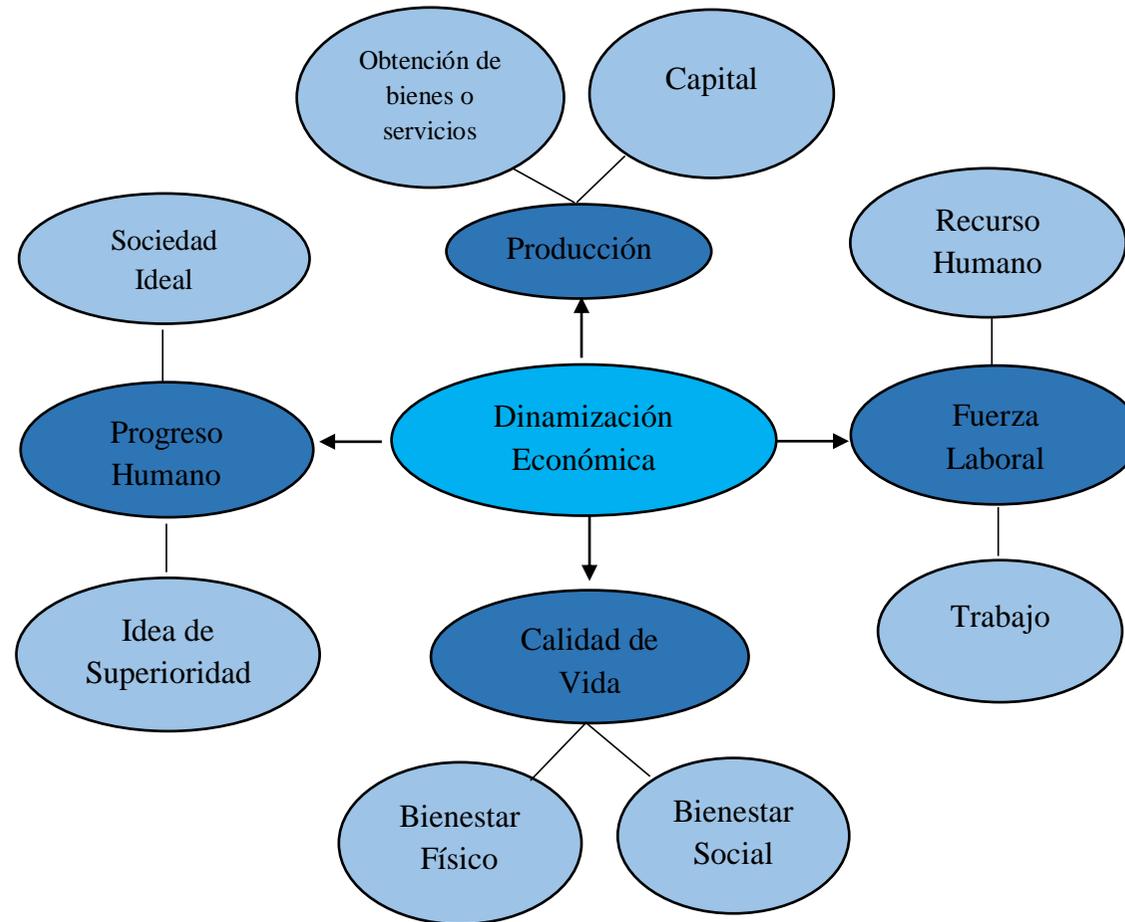
Gráfico 3: Subordinación conceptual (Variable Independiente)



Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

2.4.2 Constelación de ideas (Variable Dependiente)

Gráfico 4: Subordinación conceptual (Variable Dependiente)



Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

2.4.3 Fundamentación Teórica Variable Independiente

TURISMO

La expresión turismo tiene su aparición durante la Edad Moderna europea, en Inglaterra. Procede del verbo inglés “to tour”, que proviene a su vez del francés “tour” (viaje o excursión circular).

Tanto la palabra tourism como tourist proceden de la misma raíz. En realidad, tourism tiene su origen en tourist, porque el turismo comienza a estudiarse como una derivación del modo de denominar a un tipo particular de viajero. De acuerdo a la turismóloga Margarita Barreto, hay que remontarse hasta el siglo XVII para encontrar el surgimiento del concepto de turismo (Beltrami, 2010:8-7).

Oscar de la Torre Padilla afirma que: El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural ("EL TURISMO", 2014)

“Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”. (OMT, 1994)

Burkart y Medlik ofrecen una descripción sobre el concepto que lo ve como aquellos desplazamientos cortos y temporales que realizan las personas fuera del lugar donde residen o trabajan y realizando actividades diversas que las que acostumbran.

Mathieson y Wall, por su parte explican que se llama así al movimiento temporal de gente a lugares lejanos a su residencia y por períodos menores a un año.

ACTIVIDAD ECONÓMICA

Son actividades económicas todos los procesos que tienen lugar para la obtención de productos bienes y/o servicios destinados a cubrir necesidades y deseos en una sociedad en particular.

Las actividades económicas tienen el propósito de cubrir las necesidades humanas a partir del trabajo sobre los recursos disponibles en el planeta y, en ese sentido, contemplan un criterio no solo económico y empresarial, sino también social y ambiental en la toma de decisiones. (Enciclopedia Culturalia, 2013)

Es el proceso por el que se produce un crecimiento continuo del sector económico terciario o de servicios en la estructura de la economía, convirtiéndose en el más dinámico y productivo, además de sustituir a los otros dos (primario y secundario) tanto en empleo como en producción. La actividad terciaria se fundamenta en la prestación de servicios a la sociedad, a las personas y a las empresas. (Gutierrez, 2012) parr.2)

ACTIVIDAD TURÍSTICA

Según la Secretaría de Turismo, Comprende aquellos actos que realizan las personas para que puedan acontecer hechos de carácter Turístico-Recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos recursos para producir bienes y servicios en beneficio de las comunidades anfitrionas. (SECTUR, 2015)

DEFINIENDO PARA COMPRENDER Y ANALIZAR: EL TURISMO COMO ACTIVIDAD

Aceptando el proceso turístico como fuertemente marcado por múltiples factores, serán turistas o un comerciante que visita una feria extranjera, un enfermo que acude a un balneario, un creyente que peregrina a un santuario o un técnico que interviene en un congreso (Fdez. Fuster, 1985:22), además de todos aquellos que viajan por placer, descanso o aventura. Y esto es así porque la industria de los viajes se ha apoderado

de la totalidad de los desplazamientos que se practican e impliquen una estancia fuera del hogar. Estos individuos, visitantes de otro lugar, son asignados por sus anfitriones y por sus compañeros de viaje como turistas, muchas veces en el grotesco sentido del término. El estereotipo de las gafas de sol, camisa de flores, sandalias con calcetines y cámara de fotos o vídeo, recubre, más bien disfraz, al individuo que unos días antes seguramente habrá estado como anfitrión. En la Aldea Global, todos jugamos ese doble papel de turistas y anfitriones, colonos y colonizados, en tanto que los principales países generadores de turistas son también destinos importantes. (SANTANA, Agustín, Antropología y Turismo ¿Nuevas hordas, viajes culturales?, Editorial Ariel, Barcelona 1997, Pg: 46-52.)

El título segundo de las actividades turísticas y su categorización, en el capítulo I; en el art. 42 define según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

2.4.4 Fundamentación Teórica Variable Dependiente

DINAMIZACIÓN ECONÓMICA

De acuerdo a la Academia Española de la Lengua define el concepto de Dinamizar como:

1. Imprimir rapidez e intensidad a un proceso.
2. Dicho de una cosa: Adquirir dinamismo.
3. Añadir dinamismo a una actividad, desarrollarla o hacer que cobre más importancia: dinamizaremos la vida del colegio con actividades extraescolares. Se conj. Como cazar.
4. El concepto activo de *Dinamizar*: Sinónimos: activar, avivar, estimular
Antónimos: amainar, parar:
5. *Dinamización*; Creación de dinamismo en una actividad: *dinamización de la vida cultural*. Los planes de dinamización turística surgen a raíz de la necesidad de reanimar, reactivar, de movilizar el turismo en una determinada área, en un determinado destino. Se aplica a la persona que tiene mucha actividad, energía y diligencia para hacer cosas. (García, 2012)

Cuando se habla de dinamizar, se entiende que es un proceso mediante el cual se quiere desarrollar algo y por supuesto darle más importancia, lo cual nos permite añadir dinamismo a una actividad.

Al haber citado anteriormente el significado de economía, se puede decir que dinamización económica es aquella que se orienta a promover el desarrollo sostenible de las actividades socio – económicas, teniendo como finalidad el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes y aumento el ingreso económico a través de la producción y fabricación de productos. (García, 2012)

DESPLAZAMIENTO

Es moverse de lugar, sacar a alguien de una posición o viajar desde un sitio hacia a otro, entre otras cuestiones.

El desplazamiento tiene que realizarse a un lugar distinto de su entorno habitual, ya sea de su trabajo y/o de su vida, que suele asimilarse con el lugar de residencia.

Según Miguel Ledhesma lo define como, " todo el espectro que se genera a partir de la idea y/o de la acción que implica el desplazamiento de los seres humanos a un lugar diferente al de su residencia con posibilidades recreativas, es decir, con

intenciones de descanso, diversión y/o contacto con el destino receptor. El turismo se presenta entonces como un fenómeno complejo y multidisciplinar que comprende aristas económicas, sociales, políticas, artísticas, antropológicas, medioambientales, históricas, geográficas, educativas, psicológicas, comunicativas ... que involucra simultáneamente al sector empresarial, al estatal, al no gubernamental, al sector profesional, a las poblaciones que habitan cada destino turístico y a los turistas" (Ledhesma, 2016, pág. 14)

OCIO

El tiempo liberado es una parcela de tiempo, con unas dimensiones que dependerán de la situación específica de cada individuo, en el que la persona no tiene que realizar ninguna actividad de forma obligatoria y se encuentra en disposición de elegir libremente lo que desea realizar

El ocio surge cuando se realizan las actividades satisfactorias y gratificantes que posibilita el tiempo liberado, de forma libre, decididas por uno mismo y gestionada autónomamente (Cuenca, 2000).

Manuel Cuenca, profesor de la Universidad de Deusto (Bilbao), contempla y define el ocio como el tiempo libre fuera de obligaciones habituales, que descansa en tres pilares esenciales:

- Percepción de libre elección en función de preferencias individuales.
- Sensación gratificante y placentera.
- Autotelismo: es decir, actividades que tienen un fin en sí mismas y en la sensación gratificante que producen al practicarlas.

Además este ocio autotélico se manifiesta en seis dimensiones: lúdica, deportiva, festiva, creativa, ecológica y solidaria. (Cuenca M. , 2013)

CATEGORIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE (Subordinación Conceptual)

ATRACTIVO TURÍSTICO

Según la Secretaría de Turismo, Comprende las obras básicas, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, etc. (SECTUR, 2015)

Según la Organización Mundial del Turismo, el concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico. (OMT, 2010)

La Secretaría de Turismo, afirma que los atractivos realmente auténticos son aquellos que no han sido “inventados”, paisajes naturales o aspectos de la cultura local que son únicos, no se pueden copiar y constituyen una ventaja competitiva. Por el contrario, hay regiones que dependen de atracciones creadas por el hombre tales como casinos o parques temáticos. Dicho tipo de atracciones presentan un mayor riesgo ante la competencia porque no ofrecen nada que no pueda ser replicado en otro lugar y han de introducir cambios constantemente para mantener su posición competitiva. (SECTUR, 2002, pág. 30)

✓ ATRACTIVO NATURAL O CULTURAL

Natural: Son todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motiva al sujeto a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo, con la finalidad de satisfacer necesidades de recreación y esparcimiento como lo son: los bosques, playas, lagos, lagunas, aguas termales, entre otros. (Nelly, 1980)

Los espacios naturales son superficies de tierra o agua que conforma una unidad ecológica, independientemente de que se presenta algún tipo de protección legal o no. En caso de existir estaríamos hablando de un espacio natural protegido. La protección de espacios naturales tiene como objetivo principal la conservación del patrimonio natural: preservar ecosistemas, comunidades, especies o procesos biológicos, por su mero valor de existencia o por servicios cuyo disfrute no implica la apropiación y extracción de recursos. (Nelly, 1980)

- ✓ **Cultural:** Es cuando se viaja para conocer y comprender otras culturas, ciudades coloniales, pueblos mágicos, zonas arqueológicas, museos, monumentos, gastronomía, fiestas populares, artesanías, danza, música, tradiciones, edificios, arte popular, etc

Es una modalidad de turismo que resalta los aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país. En los últimos años ha cobrado cierta relevancia en aquellas zonas que han visto limitados otros tipos de turismo: sol y playa, deportivo, etc. (Gutierrez P. , 2015, págs. 95-114)

- ✓ **INTERÉS**

La palabra interés se origina en el vocablo latino “interesse”, de inter (entre) y “esse” (ser) y significa lo que se halla entre las personas interesándolas o haciendo que les importe que incline su ánimo o voluntad hacia ella. (<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/interes>)

Según American Psychological Association, el interés el provecho, la ganancia o la utilidad que se puede sacar de algo. En este sentido, interés también designa, en economía, el lucro obtenido a partir de un capital. Asimismo, el interés también se refiere al valor de algo.

Etimológicamente, la palabra proviene del latín interesse, que significa ‘importar’. Por otro lado, como interés podemos referirnos a la inclinación que alguien muestra hacia algún asunto o cuestión. (APA, s/f)

PRODUCTO TURÍSTICO

Corresponde al conjunto de bienes y servicios que ofrece una empresa para consumo de un mercado determinado. El producto se diseña en base a tres factores con el de lograr una satisfacción óptima del consumidor y son:

Necesidades del consumidor, Capacidad de pago del consumidor, Circunstancias específicas que se presentan en un momento determinado (OMT, Ottawa, junio 1991)

✓ **CONJUNTO DE COMPONENTES**

Son elementos que forman parte de la composición de un todo, la cual a través de algún tipo de asociación o contigüidad, dan lugar a un conjunto uniforme. (Gardey, 2013)

El concepto de conjunto es intuitivo y se podría definir como una "colección de objetos"; así, se puede hablar de un conjunto de personas, ciudades, gafas, lapiceros o del conjunto de objetos que hay en un momento dado encima de una mesa. Un conjunto está bien definido si se sabe si un determinado elemento pertenece o no al conjunto. En el siglo XIX, según Frege, los elementos de un conjunto se definían sólo por tal o cual propiedad.

(<http://www.sangakoo.com/es/temas/definicion-y-notacion-de-conjuntos>)

✓ **MERCADO**

“Originalmente el término de mercado se utilizó para designar el lugar donde compradores y vendedores se reunían para intercambiar sus bienes. Los economistas adoptaron directamente esta conceptualización, considerando el mercado como el conjunto de compradores y vendedores que intercambian un determinado producto” (Monferrer, 2013, pág. 20)

Para Philip Kotler, Gary Armstrong, Dionisio Cámara e Ignacio Cruz, autores del libro "Marketing", un mercado es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio". (Philip Kotler, 2005, pág. 10)

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

Uno de los elementos más básicos de la construcción es la infraestructura de la región, la cual consiste de toda la superficie y el desarrollo de la construcción sobre esta tal. Como son el sistema proveedor de agua, líneas de gas, sistema de drenaje, carreteras, vías de comunicación y muchas facilidades comerciales. (Tirchie, 2011, pág. 329)

La infraestructura turística como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico.

Forman parte de la misma los siguientes:

- Servicios básicos: Agua, electricidad, teléfono, recolección de basura, red sanitaria, etc.
- Transportes: Puertos, aeropuertos, autobús, taxi.
- Caminos: Rutas existentes, estado.
- Servicios: Comercio, salud, educación, comunicaciones, etc. (Blanco, 2008, pág. 28)

✓ **BASE ESTRUCTURAL**

Es la armadura o base que sirve de sustento a la construcción u organización. Para Lau Rodríguez "para alcanzar los objetivos organizacionales es necesario base estructuran en la organización adecuándola a esos objetivos y a la situación de las condiciones específicas en que se encuentre". Esta autora, en consonancia con la concepción

sistémica reconoce la influencia del medio exterior sobre los resultados que se obtengan en la consecución de los objetivos, además concuerda con la interacción de aspectos de orden subjetivo y objetivo al plantear que la organización "toma una mayor connotación cuando se trata de la organización del elemento vivo en su interacción con el resto de los recursos materiales y financieros en el desarrollo de los procesos organizacionales" (Rogriguez, 2010).

✓ **SERVICIOS BÁSICOS**

El desarrollo y bienestar de una colectividad demanda que ésta tenga un grado aceptable de cobertura y de calidad en la dotación de los servicios básicos, para alcanzar el nivel ideal que un área urbana requiere se debe inicialmente conocer el papel indispensable que desempeñan cada uno de los servicios.

El acceso a los servicios básicos que hacen posible tener vivienda digna para la población, es otro indicador de las condiciones favorables en el bienestar social y por tanto en el nivel relativo de desarrollo, el hecho que las coberturas en servicios de agua potable, drenaje sanitario y energía eléctrica se vean incrementadas a favor de una mayor población reduciendo así las disparidades sociales, sugieren un mejor nivel de desarrollo al reducir en este mismo sentido las enfermedades y aumentar la calidad de vida que finalmente significa acumulación de capital humano. (Castro, 2009)

FACILIDADES TURÍSTICAS

Comprende el conjunto de bienes servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo. (OMT, 2004)

Son aquellas que complementan los atractivos, pues permiten la permanencia y el disfrute de una estancia agradable. Son todas aquellas instalaciones y servicios

destinados a facilitar el alojamiento y alimentación igual que las distracciones, amenidades y servicios complementarios para el turista. (Yani, 2008)

✓ **DISFRUTE**

Con disfrute se hace referencia a la acción y al efecto del verbo disfrutar, compuesta por los vocablos latinos, "dis" prefijo que indica en este caso intensificación y por "fructus" con el significado de fruto. Disfrute significa entonces, aprovechar gozosamente de los frutos o rendimientos de algo, o de regalos, comodidades, posición social o política, capacidad, habilidad, relaciones personales, etcétera. (<http://deconceptos.com/general/disfrute#ixzz4FpyXyyzg>)

Se denomina al precio o remuneración que una persona ha de pagar por la utilización o disfrute de bienes de capital de pertenencia ajena. El disfrute es un sentimiento de goce que se alcanza cuando algo nos resulta placentero, estimulante y grato, aunque es una cuestión individual que depende de los gustos y particularidades de cada individuo.

(<http://deconceptos.com/general/disfrute#ixzz4FpyXyyzg>)

✓ **COMPLEMENTO DEL ATRACTIVO**

Es algo que se le añade al atractivo para realzar su belleza o mejorar su calidad.

Del latín complementum, complemento es aquello que se añade a algo para mejorarlo o hacerlo íntegro. El término tiene diversos usos según el contexto. (Perez, 2014)

CATEGORIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE (Subordinación Conceptual)

PRODUCCIÓN

Según, Carlos Javier Álvarez Fernández, lo define en que: Consiste en un proceso que se caracteriza porque empleando unos factores y actuando sobre ellos somos capaces de obtener un producto en forma de bien o servicio.

En términos generales, la palabra producción refiere a la acción de producir, a la cosa ya producida, al modo de producirla y a la suma de los productos, tanto del suelo como de la industria. La obtención de frutos o cualquier otro bien que proviene directamente de la naturaleza sin tercerizaciones se denomina comúnmente como producción. (Marx, 2007)

✓ **OBTENCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS**

Son aquellas cosas tangibles e intangibles, de valor económico que reportan beneficio a quienes las poseen o usufructúan y que permiten la vida en la comunidad.

✓ **CAPITAL**

Que constituye el origen, cabeza o parte vital o principal de alguna cosa. Desde el punto de vista económico, se entiende por capital el conjunto de bienes producidos que sirven para producir otros bienes. Capital en sentido financiero es toda suma de dinero que no fue consumida por su propietario, sino que ha sido ahorrada y colocada en el mercado financiero, bien sea comprando acciones, obligaciones, Fondos Públicos, o bien haciendo imposiciones en entidades de depósito, etcétera, con la esperanza de obtener una renta posterior en forma de dividendos o intereses. Capital en sentido jurídico es el conjunto de bienes y derechos que forman parte del patrimonio de una persona física o jurídica. (Economía, 2009)

FUERZA LABORAL

Con origen en el *latín fortia*, puede aprovecharse para resaltar la habilidad o el poder para generar movimiento en algo o en alguien que provoque resistencia o que tenga peso; para describir la capacidad de resistencia frente a un empuje; la aplicación del poder ya sea físico o moral; la virtud natural que las cosas poseen en sí mismas; o del estado más vigoroso de algo.

Según Marx, lo define como: el conjunto de las condiciones físicas y espirituales que se dan en la corporeidad, en la personalidad viviente de un hombre y que este pone en acción al producir valores de uso de cualquier clase. (Marx, 2015)

✓ **RECURSO HUMANO**

Según, WERTHER, Jr y DAVIS, Keith. (Administración de Personal y Recursos Humanos. 5ª Edición. Editorial Mc Graw Hill. México 2000.)
Conjunto de actividades encaminadas a proporcionar conocimientos, desarrollar habilidades y modificar actitudes del personal de todos los niveles para que desempeñen mejor su trabajo.

Es el conjunto de disposiciones y elementos normativos y extranormativos relacionados con la prevención de los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales y, en general, con cuantos otros aspectos están implicados en la mejora de la seguridad y bienestar en el medio ambiente laboral. (Salinas, 2003)

✓ **TRABAJO**

El trabajo, según el artículo 5 del código sustantivo del trabajo, “es toda actividad humana libre, ya sea material o intelectual, permanente o transitoria, que una persona natural ejecuta conscientemente al servicio de otra, y cualquiera que sea su finalidad, siempre que se efectúe en ejecución de un contrato de trabajo. (Gerencie, 2013)

Puede definirse como la ejecución de tareas que implican un esfuerzo físico o mental y que tienen como objetivo la producción de bienes y

servicios para atender las necesidades humanas. El trabajo es por tanto la actividad a través de la cual el hombre obtiene sus medios de subsistencia por lo que tiene que trabajar para vivir o vive del trabajo de los demás. (Sanchis, 2011)

CALIDAD DE VIDA

Según la OMS (Organización Mundial de la Salud), la calidad de vida es “la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas, sus inquietudes. Se trata de un concepto muy amplio que está influido de modo complejo por la salud física del sujeto, su estado psicológico, su nivel de independencia, sus relaciones sociales, así como su relación con los elementos esenciales de su entorno”.

Calidad de vida representa un “término multidimensional d las políticas sociales que significa tener buenas condiciones de vida y un alto grado de bienestar, y también incluye la satisfacción colectiva de necesidades a través de políticas sociales en adición a la satisfacción individual de necesidades.” (Palomba, 2002)

✓ **BIENESTAR FÍSICO**

Se da cuando la persona siente que ninguno de sus órganos o funciones están menoscabados; el cuerpo funciona eficientemente y hay una capacidad física apropiada para responder ante diversos desafíos de la actividad vital de cada uno. (Cumbria, 2013)

Según la OMS (Organización Mundial de la Salud), es la capacidad que tiene el cuerpo para realizar cualquier tipo de ejercicio donde muestra que tiene resistencia, fuerza, agilidad, habilidad, subordinación, coordinación y flexibilidad. Hoy en día se prioriza el bienestar físico y fundamentalmente en propagandizar un estilo de vida que eleve la salud humana. (OMS, 2010)

✓ **BIENESTAR SOCIAL**

“Es el conjunto de factores o elementos que participan a la hora de determinar la calidad de vida de una persona y que en definitivas cuentas son también los que le permitirán a esta gozar y mantener una existencia tranquila, sin privaciones y con un constante en el tiempo estado de satisfacción (Diccionario ABC, 2015)

Pilar Zarzosa afirma que el bienestar de una colectividad es un concepto prácticamente imposible de medir y la primera gran dificultad según ella viene dada por el propio objeto a medir : El bienestar social, el cual resulta difícilmente definible, es por ello que en su obra cita varias definiciones aportados por diferentes autores los que serán referidos a continuación. (Zarzosa, 1996, pág. 19)

PROGRESO HUMANO

Según Robert Nisbet, uno de los más destacados estudiosos del tema: “... la idea de progreso es característica del mundo occidental. Otras civilizaciones más antiguas han conocido sin duda los ideales de perfeccionamiento moral, espiritual y material, así como la búsqueda, en mayor o menor grado, de la virtud, la espiritualidad y la salvación. Pero sólo en la civilización occidental existe explícitamente la idea de que toda la historia puede concebirse como el avance de la humanidad en su lucha por perfeccionarse, paso a paso, a través de fuerzas inmanentes, hasta alcanzar en un futuro remoto una condición cercana a la perfección para todos los hombres. (Nisbet, 1986)

Otro de los mayores estudiosos de la materia, J. B. Bury, dijo en su obra clásica sobre la idea del progreso lo siguiente: “Podemos creer o no creer en la doctrina del progreso, pero en cualquier caso no deja de ser interesante estudiar los orígenes y trazar la historia de lo que es hoy por hoy la idea que inspira y domina la civilización occidental.” (Bury, 2000)

✓ **SOCIEDAD IDEAL**

Una sociedad ideal es en la cual se respeten los derechos étnicos, sociales, religiosos y políticos de cada persona, donde se respete y se permita la libertad de expresión, donde se respete la naturaleza. (Loor, 2015)

Es aquella en la que no solo no existe delincuencia debido a que las fuentes y oportunidades de trabajo son las suficientes, en la que los gobernantes establecen una democracia de tal forma en la que todo el pueblo se beneficie, en la que en cada vivienda las personas puedan tener una buena calidad de vida en la que cuenten con todos los servicios básicos. (Romeros, 2015)

✓ **IDEA DE SUPERIORIDAD**

Es un mecanismo inconsciente, neurológico, en el cual tratan de compensarse los sentimientos de inferioridad de los individuos, resaltando aquellas cualidades en las que sobresalen. (Adler, 1937)

Cualidad o situación de una cosa o persona que es superior a otra en calidad, cantidad, rango, importancia, etc. Persona o conjunto de personas que tienen autoridad gubernamental: elevar una instancia a la superioridad.

INVESTIGACIÓN SOBRE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA TARQUI

Tabla 1: Actividades Turísticas la Parroquia Tarqui

PARROQUIA	INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	SERVICIO QUE OFRECE
Tarqui	Las Cañas	Hospedaje, restaurante
	Hacha Caspi	Hospedaje, restaurante, piscina, sauna, turco, hidromasaje, salones para eventos.
	Estancia al natural	Hospedaje, restaurante, piscina, sauna, turco, hidromasaje.
	Los Guayacanes	Pesca deportiva, restaurante, piscina, canchas deportivas.
	Zoo - criadero Tarqui	Restaurante, piscina, zoo – criadero.
	Agua Lluvia	Piscina, sauna, turco, hidromasaje.
	Cabañas Sumak Causay en la comunidad de Cotococha	Artesanías en productos típicos de la zona y danzas.
	Cabañas Sacha Wasi en la comunidad Vencedores	Alojamiento, artesanías, danzas, platos típicos de la cultura kichwa.

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011
Elaborado: Equipo Técnico GADPRT

Imagen 2: Panelera



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 3: Sembrío de caña



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 4: Paradero los Guayacanes



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 5: Paradero los Pinos



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 6: Parque de Tarqui



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 7: Hostal de Tarqui



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 8: Zoorefugio Tarqui



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 9: Zoorefugio Tarqui



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 10: Zoorefugio Tarqui



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 11: Zoorefugio Tarqui



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 12: Zoorefugio Tarqui



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 13: Zoorefugio Tarqui



Foto por: Cisneros Francis

2.5. HIPÓTESIS

Las Actividades Turísticas de la Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza influye en la dinamización de la economía local.

2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES DE LA HIPÓTESIS

Variable Independiente:

Actividades Turísticas

Variable Dependiente:

Dinamización Económica

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE

Es importante indicar que el presente tema de investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo ya que de una u otra manera se debe obtener datos sobre las actividades turísticas que realiza la población y cuan participativa es la parroquia en actividades o acciones que se realizan en la misma; además de alcanzar datos estadísticos externos que permitan tener una idea lucida de las actividades que se realizan y que serán de vital importancia para la dinamización de la económica de la Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza.

3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tuvo las siguientes modalidades:

De campo: es el estudio sistemático de los hechos en la parroquia Tarqui, Cantón Pastaza, sitio donde se realizan los hechos, tomando contacto con la realidad para adquirir la información pretendida y acorde con los objetivos que se han planteado. (Naranjo, 2010)

Documental – Bibliográfico: tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías y criterios de diversos autores basándose en revistas, libros, internet y periódicos que se realizar en la parroquia Tarqui. (Naranjo, 2010)

3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación se llevó a cabo por el tipo de estudio:

Exploratorio: porque se realiza con investigación con mayor amplitud, analiza algo poco conocido e investigado, y se contextualiza el problema de manera global y particular.

Descriptivo: porque se examina de manera más particular el problema y se puntualizan cada uno de los elementos internos y externos que acontecen en la parroquia.

Asociación de las Variables: porque permite establecer relación entre la variable independiente y la variable dependiente.

Explicativa: porque detecta los factores determinantes de ciertos comportamientos y se plantean resultados y conclusiones acorde a los datos recopilados con anterioridad.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. POBLACIÓN

La población participante en el trabajo de investigación, está conformada de la siguiente manera:

Tabla N°2: Población Involucrada

POBLACION INVOLUCRADA	NÚMERO DE ENCUESTADOS
Turistas Semanales	150
TOTAL	150

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

El GAD Parroquial Rural Tarqui se encuentran directamente relacionadas con la actividad turística de la parroquia.

Se determinó que en función de la realidad que la parroquia vive es que la cantidad de turistas semanales que visitan la parroquia Tarqui es de 150.

Dando como resultado un total de 150 personas.

En vista que la población no es muy amplia, no se aplicará fórmula para extraer muestra, se trabajará con la totalidad de los individuos. Para lo cual se realizó una encuesta a los turistas.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente: Actividades Turísticas

Cuadro 1: Operacionalización (variable independiente)

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Actividad turística Son actividades económicas que consiste en realizar actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año. (OMT)	Actividades	Economía Mercado	¿Es importante la realización de actividades en la Parroquia Tarqui? ¿Considera usted que se realizan actividades económicas en la parroquia?	Encuesta	Cuestionario
	Viaje	Tiempo Destino Calidad	¿Cuánto dura su estadía en la parroquia? ¿Piensa usted que la parroquia se considera un destino turístico? ¿Existe calidad en la realización de actividades turísticas de la parroquia?	Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

Variable Dependiente: Dinamización económica

Cuadro 2: Operacionalización (variable dependiente)

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<p>Es aquella que se orienta a promover el desarrollo sostenible de las actividades socio – económicas, teniendo como finalidad el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes y aumento el ingreso económico a través de la producción y fabricación de productos.</p>	Desarrollo Sostenible	Sostenibilidad Sustentabilidad Tecnología	<p>¿Piensa que la Parroquia Tarqui cuenta con un desarrollo sostenible?</p> <p>¿Cree que la falta de tecnología repercute el desarrollo de la parroquia?</p>	Encuesta	Cuestionario
	Actividades socio – económicas	Calidad Servicio	<p>¿Qué requiere el cantón para dinamizar su economía local?</p> <p>¿Considera que la parroquia debe mejorar la calidad de las actividades turísticas?</p> <p>¿Considera usted que la dinamización de la economía</p>	Encuesta	Cuestionario

	Calidad de Vida	Salud Educación Economía	ayudará a mejorar la educación? ¿Cree usted que las actividades turísticas repercuten en la calidad de vida de los habitantes?		
	Ingreso Económico	Empleo	¿Las actividades turísticas generan ingresos económicos a la población? ¿Considera que la producción de nuevas actividades turísticas ayudará con la economía de la parroquia?		

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Cuadro 3: Plan de recolección de información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué?	Con el fin de obtener información real que ayude a respaldar la presente investigación.
¿De qué personas?	Habitantes de la parroquia Tarqui, Cantón Pastaza, provincia de Pastaza.
¿Sobre qué aspectos?	Las actividades turísticas y su influencia en la dinamización de la economía local.
¿Quién?	Investigador
¿Cuándo?	Abril – Septiembre 2016
¿Dónde?	Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza, Provincia de Pastaza.
¿Cuántas veces?	En una sola ocasión.
¿Con qué técnicas?	Entrevistas, Encuestas, Observación
¿Con qué instrumentos?	Cuestionarios estructurados.
¿En qué situación?	Fin de semana

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Posteriormente a la aplicación de encuestas la información obtenida será procesada de la siguiente manera:

1. Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa, contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
2. Ordenamiento y sistematización.
3. Tabulación y cálculo de la información a través de gráficos.
4. Análisis e interpretación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Puede decirse que un análisis consiste en identificar los componentes de un todo, separarlos y examinarlos para lograr acceder a sus principios más elementales. (Porto, 2008)

"El propósito del análisis es resumir las observaciones llevadas a cabo de forma tal que proporcionen respuesta a la interrogantes de la investigación. La interpretación, más que una operación distinta, es un aspecto especial del análisis su objetivo es "buscar un significado más amplio a las respuestas mediante su trabazón con otros conocimientos disponibles" (Selltiz, 1970) que permitan la definición y clarificación de los conceptos y las relaciones entre éstos y los hechos materia de la investigación.

ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS QUE VISITAN LA PARROQUIA TARQUI

Pregunta 1 ¿Es usted turista nacional o extranjero?

Cuadro 4: Tabulación. Pregunta N° 1

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Nacional	102	68%
Extranjero	48	32%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 5: Representación gráfica. Pregunta N° 1



Análisis

En la siguiente figura se evidencia que el 68% de las personas que visitan la parroquia son Nacionales y el 32% son personas que vienen del extranjero.

Interpretación

Se puede notar que la parroquia Tarqui tiene mayor afluencia de turistas nacionales, mientras que su menor afluencia es de turistas extranjeros, por consiguiente se debería promocionar los atractivos turísticos de la parroquia.

Pregunta 2. ¿Le agrada la visita que realiza en la parroquia Tarqui?

Cuadro 5: Tabulación. Pregunta N° 2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	129	86%
No	21	14%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

Fuente: Encuesta



Gráfico 6: Representación gráfica. Pregunta N° 2

Análisis

En la siguiente figura se puede evidenciar que el 86% de las personas que visitan la parroquia Tarqui, le gusta la visita que realiza porque en tiempos pasados no habían actividades a realizar en la misma; el 14% responde que no les gusta la visita a la parroquia por motivo que en la misma faltan recursos innovadores que atraigan el interés de turistas.

Interpretación

La mayoría de personas aluden que la parroquia Tarqui le agrada la visita que realiza, por su diversidad de actividades a realizar. Mientras la otra parte de personas no les agrada la visita por motivo de ser una zona pequeña y por la falta de actividades innovadoras.

Pregunta 3. A su parecer; ¿El clima cálido-húmedo que posee la Parroquia Tarqui es el propicio para realizar las actividades turísticas?

Cuadro 6: Tabulación. Pregunta N° 3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	94	63%
No	56	37%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 7: Representación gráfica. Pregunta N° 3



Análisis

El 63% de turistas encuestados, es decir 94 personas les agrada el clima cálido – húmedo que posee la parroquia, mientras que el 37% de turistas, es decir 61 personas no les agrada el clima que posee, por la razón que en un día soleado sin esperar llueve.

Interpretación

Se puede decir que la mayoría de las personas encuestadas consideran que el clima cálido – húmedo que posee la parroquia es el propicio para realizar actividades turísticas con las que cuenta la parroquia. Mientras que el resto de personas no lo considera un lugar propicio por sus repentinas lluvias.

Pregunta 4. ¿Conoce los atractivos turísticos existentes en la Parroquia Tarqui?

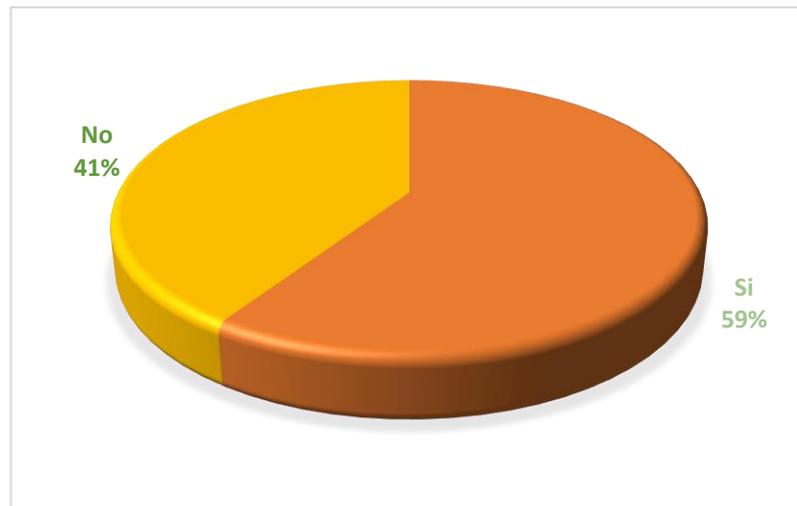
Cuadro 7: Tabulación. Pregunta N° 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	89	59%
No	61	41%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 8: Representación gráfica. Pregunta N° 4



Análisis

En la cuarta pregunta de la encuesta el 59% de las personas responde que, si conoce los atractivos existentes en la parroquia Tarqui, el 41% de las personas responde que no, ya que la falta de promoción de los mismo hace que las personas no sepan de los atractivos con los que cuenta la parroquia.

Interpretación

Es decir que la mayoría de las personas conocen los atractivos existentes en la parroquia, pero lo que o saben es que la parroquia cuenta con más atractivos de los que ellos conocen. Solo conocen el Zoológico y el parque, que son lo que más atrae a las personas.

Pregunta 5. De las siguientes actividades económicas ¿Cuál cree usted que genera mejor desarrollo económico a la Parroquia Tarqui?

Cuadro 8: Tabulación. Pregunta N° 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Agrícolas	18	12%
Ganaderas	56	38%
Turísticas	74	49%
Mineras	2	1%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 9: Representación gráfica. Pregunta N° 5



Análisis

De 150 personas que representa el 100%, el 49% de las personas encuestadas creen que las actividades turísticas generan mejor desarrollo económico en la parroquia, por consiguiente, siguen las actividades ganaderas representado con el 38%, después las actividades agrícolas con el 12% y por ultimo las actividades mineras que representan el 1% lo que significa que no generan desarrollo económico a la parroquia.

Interpretación

En su mayoría se puede decir que las personas encuestadas creen que la actividad que mayor desarrollo económico genera a la parroquia son las actividades turísticas. Por poseer un zoológico que lo más atractivo y por supuesto la comida típica que la parroquia ofrece a sus visitantes.

Pregunta 6. ¿A través de qué medio de transporte llega a la Parroquia Tarqui?

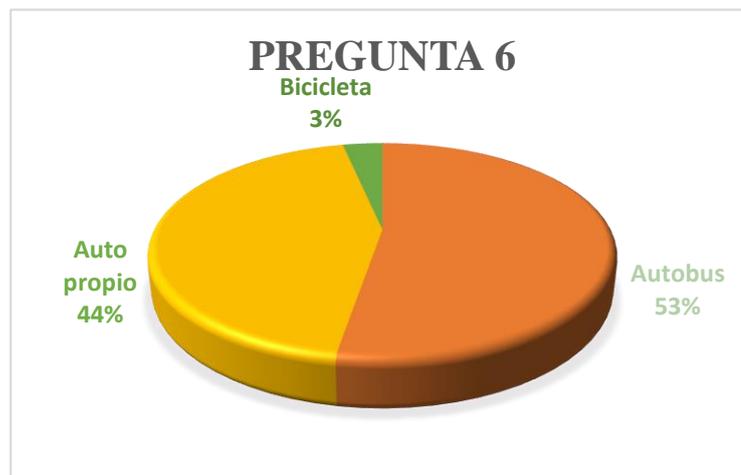
Cuadro 9: Tabulación. Pregunta N° 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Autobus	79	53%
Vehículo propio	66	44%
Bicicleta	5	3%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 10: Representación gráfica. Pregunta N° 6



Análisis

En la sexta pregunta el 53% de las personas encuestas viajan en autobús hacia la parroquia Tarqui, ya que no poseen un auto propio buscan la manera de llegar. El 44% de las personas llegan a la parroquia en auto propio, mientras que el 3% prefiere llegar en bicicleta.

Interpretación

En su mayoría las personas viajan en autobús y vehículo propio por convertirse en un medio de transporte accesible para todas las personas que visitan el lugar de estudio.

Pregunta 7. ¿Conoce usted si el GAD Parroquial Rural Tarqui realiza actividades que fomentan el turismo en la Parroquia Tarqui?

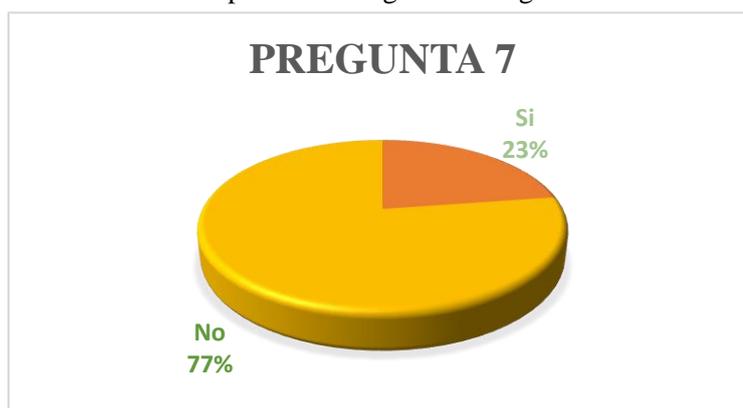
Cuadro 10: Tabulación. Pregunta N° 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	34	23%
No	116	77%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 11: Representación gráfica. Pregunta N° 7



Análisis

La mayoría de las personas encuestadas que representan 77% no saben si el GAD Parroquial Rural Tarqui realiza actividades que fomenten el turismo en la misma, mientras tanto el 23% de las otras personas encuestadas saben las actividades que fomentan el turismo en la parroquia.

Interpretación

Esto permite conocer que no todas las personas que visitan la parroquia conocen sobre las actividades que realiza el GAD para fomentar el turismo, lo cual llama la atención de las autoridades para cambiar esta mentalidad, la cual permitirá a turistas conocer las actividades y dar a conocer a otras personas, así se podrá incrementar la economía local.

Pregunta 8. Si llega a la parroquia, ¿Cuánto dura su permanencia?

Cuadro 11: Tabulación. Pregunta N° 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
3 -5 horas	91	61%
1 día	59	39%
2 días o mas	0	0%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 12: Representación gráfica. Pregunta N° 8



Análisis

En la octava pregunta el 61% de las personas encuestas, se encuentra que su permanencia en la parroquia dura de 3 a 5 horas, lo que no es favorable para la parroquia. Mientras que el 39% su permanencia es de 1 día y el 0% dura de 2 días o más.

Interpretación

En definitiva, se puede decir que en el área de estudio no se realiza turismo, ya que su permanencia mayor no es de más de 5 horas. Lo que no resulta favorable para la parroquia.

Pregunta 9. ¿Conoce algún lugar de alojamiento en la Parroquia Tarqui?

Cuadro 12: Tabulación. Pregunta N° 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	28	19%
No	122	81%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 13: Representación gráfica. Pregunta N° 9



Análisis

El 81% de las personas encuestada supieron manifestar que no conocen ningún lugar de alojamiento que exista en la parroquia, mientras que el 19% si conoce algunos lugares de alojamiento existentes en la misma.

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos, se deduce que las personas que visitan la parroquia Tarqui no conocen un lugar donde alojarse, lo cual limita la permanencia de las personas en el lugar.

Pregunta 10. A través de qué medio, ¿Cree usted que se debería promocionar las actividades turísticas y económicas de la Parroquia Tarqui?

Cuadro 13: Tabulación. Pregunta N° 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Radio	38	25%
Televisión	28	19%
Página Web	12	8%
Redes Sociales	57	38%
Redes Sociales	15	10%
TOTAL	150	100%

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

Fuente: Encuesta

Gráfico 14: Representación gráfica. Pregunta N°10



Análisis

Del 100% de las personas encuestadas, el 38% cree que se debería promocionar las actividades turísticas y económicas de la parroquia a través de las redes sociales; el 25% de las personas prefieren que se promocioe a través de la radio ya que su sintonía se la escucha en cualquier lado; el 19% de las personas les gustaría que se promocioe a través de la televisión; el 10% de personas preferiría los stands de información ya que todas las personas pueden acceder a esta información de la parroquia y el 8% les agradaaría que existiera una página web donde se publique todo con referencia a la parroquia.

Interpretación

Esto quiere decir que la mayoría de personas prefiere que se realice la promoción de las actividades turísticas a través de las redes sociales, por ser un medio que en la actualidad tiene mucha acogida. Otra parte de la población sugiere que la promoción se realice a través de la radio.

4.2 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación, para la verificación de la hipótesis se utilizará en método estadístico, conocido como chi – cuadrado (χ^2).

4.2.1 PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS

H₀. (Hipótesis nula). “Las actividades turísticas de la parroquia Tarqui, cantón Pastaza **NO** influyen en la dinamización de la economía local”.

H₁. (Hipótesis alternativa). “Las actividades turísticas de la parroquia Tarqui, cantón Pastaza **SI** influyen en la dinamización de la economía local”.

4.2.2 SELECCIÓN DEL NIVEL DE SIGNIFICACIÓN

Para la verificación de la presente hipótesis se utilizará el nivel de $\alpha= 0,05$.

4.2.3 DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN

Se determinó que en función de la realidad que la parroquia vive es que la cantidad de turistas semanales que visitan la parroquia Tarqui es de 150.

En vista que la población no es muy amplia, se efectuará el trabajo de campo a todo el universo de estudio, sin necesidad de establecer una muestra específica.

Cuadro 14: Población para la verificación de la hipótesis

POBLACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Turistas Semanales	150	100%

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

4.2.4 ESPECIFICACIÓN DE LO ESTADÍSTICO

Por lo cual se expresará en un cuadro de contingencia de 5 filas y 2 columnas con el cual se determina las frecuencias observadas.

Cuadro 15: Especificación de lo estadístico (Frecuencias observadas)

PREGUNTAS	CATEGORÍAS		
	OPCIÓN 1	OPCIÓN 2	SUBTOTAL
2	129	21	150
3	94	56	150
4	89	61	150
7	34	116	150
9	28	122	150
TOTAL	374	376	750

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

Una vez determinadas las frecuencias observadas, y con los resultados obtenidos, se procede a establecer las frecuencias esperadas.

Cuadro 16: Especificación de lo estadístico (Frecuencias esperadas)

PREGUNTAS	CATEGORÍAS		
	OPCIÓN 1	OPCIÓN 2	SUBTOTAL
2	74.8	75.2	150
3	74.8	75.2	150
4	74.8	75.2	150
7	74.8	75.2	150
9	74.8	75.2	150
TOTAL	374	376	750

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

4.2.5 ESPECIFICACIÓN DE LAS REGIONES DE ACEPTACIÓN O RECHAZO

Para poder establecer las regiones de aceptación o rechazo es necesario determinar los grados de libertad considerando que el cuadro consta de 5 filas y 2 columnas.

$$\chi^2 \text{ T Tabular} = \text{Chi cuadrado Tabular}$$

Cuadro 17: Grados de libertad

GRADOS DE LIBERTAD		
	FILAS	COLUMNAS
gl=	(5-1)	(2-1)
gl=	4	1
gl=	4*1	
gl=	4	
		$\chi^2 \text{ T} = 9.49$

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

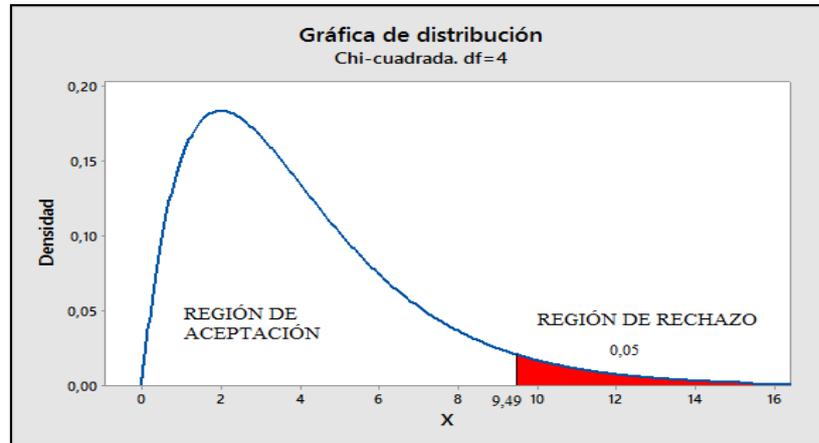
DISTRIBUCION DE χ^2

Grados de libertad	Probabilidad											
	0,95	0,90	0,80	0,70	0,50	0,30	0,20	0,10	0,05	0,01	0,001	
1	0,004	0,02	0,06	0,15	0,46	1,07	1,64	2,71	3,84	6,64	10,83	
2	0,10	0,21	0,45	0,71	1,39	2,41	3,22	4,60	5,99	9,21	13,82	
3	0,35	0,58	1,01	1,42	2,37	3,66	4,64	6,25	7,82	11,34	16,27	
4	0,71	1,06	1,65	2,20	3,36	4,88	5,99	7,78	9,49	13,28	18,47	
5	1,14	1,61	2,34	3,00	4,35	6,06	7,29	9,24	11,07	15,09	20,52	

Por lo tanto, con 4 grados de libertad y a nivel 0,05 de significación la tabla de χ^2 $T = 9.49$, por lo tanto si $\chi^2 c \leq \chi^2 T$ se acepta la **HO**, caso contrario se la rechazará y se aceptará la hipótesis alternativa **H1**.

La representación gráfica sería:

Gráfico18: Representación gráfica de aceptación y rechazo



Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

4.2.6 RECOLECCIÓN DE DATOS Y CÁLCULO DE LO ESTADÍSTICO

Para el efecto se utilizará la siguiente fórmula:

χ^2 = Chi cuadrado

Σ = Sumatoria

O = Frecuencia Observada

E = Frecuencia Esperada

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

Cuadro 19: Recolección de datos (Chi cuadrado)

O	E	(O - E)	(O-E) ²	(O-E) ² /E
129	74.8	54.20	2937.64	39.27
94	74.8	19.20	368.64	4.93
89	74.8	14.20	201.64	2.70
34	74.8	-40.80	1664.64	22.25
28	74.8	-46.80	2190.24	29.28
21	75.2	-54.20	2937.64	39.06
56	75.2	-19.20	368.64	4.90
61	75.2	-14.20	201.64	2.68
116	75.2	40.80	1164.64	22.14
122	75.2	46.80	2190.24	29.13
				196.34

Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

Como se puede observar $\chi^2 C = 196.34$ es mayor que $\chi^2 T = 9.49$; por tanto se acepta la hipótesis H1 “Las actividades turísticas de la parroquia Tarqui, cantón Pastaza **SI** influyen en la dinamización de la economía local”

DEFINICIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS QUE DINAMIZAN LA ECONOMÍA EN LA PARROQUIA TARQUI.

Al realizar una visita al lugar para hacer un estudio sobre las diferentes actividades turísticas que se realiza en la parroquia se pudo identificar varias, pero se logró rescatar las más importantes que promueven el turismo y permiten la dinamización de la economía del lugar.

Las mismas que son conocidas y visitadas por los turistas nacionales y extranjeros, quienes disfrutan de su paraje y estadía en la parroquia.

En la siguiente tabla se puede visualizar las diferentes actividades turísticas identificadas en el área de estudio.

Tabla 3: Actividades Turísticas que dinamizan la economía de la Parroquia

ACTIVIDADES TURÍSTICAS	ACTIVIDADES TURÍSTICAS QUE DINAMIZAN LA ECONOMÍA DE LA PARROQUIA
Alojamiento	Alojamiento
Servicio de alimentos y bebidas	Servicio de alimentos y bebidas
Recreación	Recreación
Transportación	Transportación
Intermediación	

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial 2011
Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Considerando todos los elementos obtenidos y analizados se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- Mediante la investigación se identificó que las actividades turísticas que se pueden realizar en la parroquia son: alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, recreación, transportación e intermediación, las cuales son aceptadas por los turistas.
- En el análisis e interpretación de resultados se determinó que las principales actividades turísticas que se ejecutan en la parroquia Tarqui son: alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, recreación y transportación las cuales dinamizan la economía en la parroquia Tarqui.
- Es evidente que los turistas que visitan la parroquia Tarqui por lo general solo visitan el zoológico Tarqui y el parque, sin darse cuenta que hay más lugares por conocer como unas cabañas turísticas o realizar visitas a las comunidades, lo cual incrementaría su experiencia de la visita realizada.
- La actividad turística en la parroquia se ha venido desarrollando de una manera escasa, por el desinterés de incentivar a la creación de proyectos de

micro – emprendimiento, para lo cual existen lugares que no han sido promocionados con énfasis para mejorar su atracción e interés.

- La economía de los habitantes de la parroquia Tarqui por parte del sector turístico tiene un mínimo porcentaje de ingresos, siendo su principal fuente económica la agricultura.
- De acuerdo con los resultados obtenidos se evidencia que la parroquia cuenta con los recursos necesarios para convertirse en un potencial turístico.

5.2 RECOMENDACIONES

Una vez presentada la siguiente investigación se recomienda lo siguientes:

- Incentivar a la población a crear proyectos de micro – emprendimiento y ponerlos en marcha a través de la ayuda del GAD parroquial para aumentar sus ingresos y mejorar su estilo de vida.
- Es necesario que los pobladores y prestadores de servicios turísticos mejoren la calidad de atención al cliente, a través de cursos de capacitación que deberían ser propuestos por las autoridades pertinentes, de esta manera el número de turistas que visitan la parroquia Tarqui ira en aumento.
- Brindar nuevas alternativas al visitante que llega a la parroquia Tarqui, alternativas como turismo comunitario, ecoturismo y agroturismo que posee la parroquia, pero que no están potencializados.
- Promocionar nuevos atractivos turísticos que posee la parroquia a través de un catálogo, revista, redes sociales o una página web en el cual se

encuentren los lugares que los turistas puedan visitar y de esta forma incrementar los ingresos.

BIBLIOGRAFÍA

- Constitución Nacional de la República del Ecuador 2008
- Secretaría de Turismo (SECTUR), 2015
- Del libro: Economía, Decimoséptima Edición, de Samuelson Paul y Nordhaus William, Mc Graw Hill, Pág. 4.
- Del libro: La Economía en Tela de Juicio, de Skousen Mark, Addison-Wesley Iberoamericana, Pág. 16.
- Del libro: Diccionario de Economía, Tercera Edición, de Andrade Simón, Editorial Andrade, Págs. 245 y 246.
- Del libro: Economía Para Todos, de Perles Benjamin y Sullivan Charles, Compañía Editorial Continental S.A., Pág. 11.
- Organización Mundial de Turismo
- Ledhesma, Miguel (2016). *Periodismo turístico: muchos principios y algunos finales*. Buenos Aires: Miguel Ledesma. p. 14.
- Prieto Gutiérrez, J. J. (2015) Turismo cultural: el caso español. *International Journal of Scientific Management and Tourism* 2, 95-114
- Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, Marketing, 2005, Décima Edición, Prentice Hall, Pág. 10.
- Skousen, M. (2008). *"La Economía en Tela de Juicio"*. Addison - Wesley.

LINKCOGRAFÍA

<https://edukavital.blogspot.com/2013/10/definicion-de-actividad-economica.html>

<http://www.wordreference.com/definicion/dinamizaci%C3%B3n>

<http://definicion.de/desplazamiento/#ixzz46yFDdyyu>

<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/interes#ixzz4AvzeHb00>

<http://definicion.de/componentes/#ixzz4Aw35vMsU>

<http://definicion.de/fuerza-de-trabajo/#ixzz4AwAJolOC>

ANEXOS

Imagen 14: GADPR Tarqui



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 15: Iglesia de Tarqui



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 16: Zoorefugio Tarqui



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 17: Zoorefugio Tarqui



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 18: Zoorefugio Tarqui



Foto por: Cisneros Francis

Imagen 19: Maito de Tilapia



Foto por: Cisneros Francis



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DE TARQUÍ

Registro oficial N°
193 del 27 de Octubre del 2000
Calle 24 de Mayo y Calle Unión y Progreso

Tarquí, 29 de agosto del 2016
Oficio N° 290 - GADPRT - P

Lic Mg.
Oscar Abril
COORDINADOR DE CARRERA
Presente.-

De nuestra consideración.

A nombre del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Tarquí reciba un fraterno saludo, a la vez desearle éxitos en sus delicadas funciones.

La presente tiene por finalidad darle a conocer que se le brindará las facilidades y el apoyo necesario a la Srta. Francis Cisneros con C.I 160067113-3, estudiante de la Carrera de turismo y Hotelería, de acuerdo al oficio recibido de fecha 16 de agosto del presente año.

Informo para los fines pertinentes quedando de usted muy agradecido.

Atentamente,


Sr. Milton Rodríguez
C.I 1600319402
PRESIDENTE (E) GADPRT



DINAMIZACIÓN ECONÓMICA EN BASE A LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA TARQUI, CANTÓN PASTAZA.

Universidad Técnica de Ambato,
Av. Los Chasquis, campus Huachi, Ecuador

{Alfred.Hofmann, Brigitte.Apfel, Ursula.Barth, Christine.Guenther}@uta.edu.ec

Resumen. La investigación sobre la dinamización económica en base a las actividades turísticas que se realizó en la Parroquia Tarqui, Cantón Pastaza, Provincia de Pastaza, se pudo evidenciar que la influencia de las actividades en donde se identificó que el problema existente es contar con una mínima promoción que se debe a que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Tarqui no cuenta con ingresos económicos para la parroquia, ya que los grandes directivos como son los Municipios no cuentan con la aprobación de entregar ingresos para promocionar las pequeñas parroquias por falta de los mismos y crear otros proyectos. Si tener en cuenta que la parroquia cuenta con lugares turísticos que ofrecen alojamiento y recreación a propios y extraños; incrementando la demanda que visita la parroquia y de esta manera podría aumentar la dinamización económica y de esta manera mejorar su calidad de vida.

Palabras clave: Actividad turística, dinamización, oferta, demanda.

1 Introducción

Nadie pone en duda que la innovación constituye una fuente de valor y el motor de dinamización determinante para la adaptabilidad y supervivencia de las empresas; por lo cual debe ser promovida y gestionada decidida y apropiadamente (Schumpeter, 1934). Lo que permite que los pobladores mantengan su esencia y mejoren sus servicios y atractivos con nuevas innovaciones, incrementando su dinamización económica. Los beneficios económicos que trae consigo la actividad turística suelen gozar de un elevado conocimiento por parte de la población y las administraciones públicas. Más allá de las apuestas por la calidad ligada a mejoras en el entorno natural o cultural (Flores, 2008; Foronda y García, 2009; Marrero y Santana, 2008; Ponce, 2007) desde un punto de vista de gestión social, es importante evaluar sus ganancias netas, lo cual implica considerar también los costes externos derivados del turismo. Según Palmer et al. (2007), el incremento en la circulación de turistas dentro de los países o regiones de destino ha implicado un aumento en las externalidades ligadas a este tipo de actividad, lo cual debe vincularse a los medios de transporte empleados por los turistas y que ha supuesto, durante los últimos años, la

popularización de medios de transporte privado, en general, y de coche de alquiler, en particular.

Para la investigación se utilizó métodos y técnicas que permitan levantar la información pertinente al proyecto como la encuesta, entrevista y observación directa; donde los resultados obtenidos fueron la identificación de las actividades turísticas como el alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, recreación, transportación e intermediación el que se pueden realizar en la en el área de estudio, las cuales son aceptadas por los turistas, además mediante la encuesta se pudo evidenciar que los turistas que visitan la parroquia Tarqui por lo general solo visitan el zoológico Tarqui y el parque, sin darse cuenta que hay más lugares por conocer; por tal razón se puede concluir que las actividad turística en la parroquia se han venido desarrollando de una manera escasa, por el desinterés de incentivar a la creación de proyectos de micro – emprendimiento, para lo cual existen lugares que no han sido promocionados y potencializados, en síntesis se consideró que existen un elevado número de turistas de estadía corta lo cual en cierta medida es determinante en la economía local y en el presente caso es desfavorable pues la demanda que son los turistas realizan un escaso consumo de bienes y servicios turísticos, lo que no ha permitido que el turismo sea un aporte significativo en la dinamización económica de la parroquia Tarqui. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial, 2011).

Es importante el presente estudio, porque en la actualidad dinamizar la economía en base a las actividades turísticas permite promocionar de mejor manera las misma, ara que la gente de la parroquia incremente sus ingresos al producir y brindar servicios de calidad. Creando una mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros que visite el sitio y realice las actividades con la que cuenta la Parroquia; y así mejorar sus ingresos económicos. Los objetivos que toma el presente artículo son: 1. Analizar la dinamización económica en base a las actividades turísticas. 2. Identificar las actividades turísticas que se realizan en la parroquia Tarqui. 3 Determinar el impacto de la dinamización económica en los pobladores.

Acertadamente, la investigación también se apoyó en información correspondiente a documentos, libros electrónicos, y otros artículos científicos como: SCIELO, REDALYC, entre otros.

1.1 Dinamización económica atreves de las actividades turísticas en la parroquia Tarqui

Según (Almeida, 2003) El turismo ha alcanzado en nuestro país un importante grado de desarrollo y consolidación con importantes repercusiones en la estructura socioeconómico y territorial. La relevancia de la actividad turística es fácilmente perceptible desde el punto de vista cuantitativo entre otros aspectos por el incremento sosteniendo de turistas que nos visitan por el notable número y capacidad de la infraestructura que le dan apoyo y la contrastada diversificación y productos

Según (Vargas Sánchez, Romero Macías, Porras Bueno, & Plaza Mejía, 2009)En la actual sociedad, el incremento del tiempo libre, la disponibilidad de recursos económicos, la necesidad de disponer de un gran abanico de actividades donde elegir, todo ello ligado a una concienciación histórica y a una demanda generalizada de conocimiento, ha propiciado el auge del interés por elementos tradicionales, así como por el patrimonio histórico y por la

evolución tecnológica in situ, no sólo como elementos descontextualizados expuestos en un museo, sino exhibidos en el contexto en el que se presentan.

1.2 Actividades turísticas en la parroquia Tarqui

Según (Cabeza R., 2001), la actividad turística inmersa en pleno segundo boom turístico iniciado en 1990, está cambiando. El turismo de masas está en crisis, el marco de referencia se está modificando y las prácticas vinculadas al mismo deberán ser objeto de una rápida transformación, dando paso a nuevas tecnologías, más productivas y eficientes.

Según (Plata, 2009), el propósito de generar o incentivar opciones turísticas instala necesariamente la cuestión del desarrollo, plantea a al agente de desarrollo y a la comunidad el desafío de asumirse y asumir los atributos que en su territorio acreditan la naturaleza y la cultura, para conocer, conocerse y darse a conocer, en la premisa de que proyectar el destino exige saber para actuar.

Para (Rosselló-Nadal & Sáenz-de-Miera, 2010), los beneficios económicos que trae consigo la actividad turística suelen gozar de un elevado conocimiento por parte de la población y las administraciones públicas. Más allá de las apuestas por la calidad ligada a mejoras en el entorno natural o cultural.

Según la Secretaría de Turismo, Comprende aquellos actos que realizan las personas para que puedan acontecer hechos de carácter Turístico-Recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos recursos para producir bienes y servicios en beneficio de las comunidades anfitrionas. (SECTUR, 2015)

El título segundo de las actividades turísticas y su categorización, en el capítulo I; en el art. 42 define según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

Alojamiento;

Servicio de alimentos y bebidas;

Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y, ..

La actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de

un destino turístico. Por lo tanto, esta actividad implica el uso y contratación de medios de transporte, alojamiento.(Roriguez,2012).

1.3 Oferta de las actividades turísticas en la parroquia Tarqui

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).

La oferta es aquella "compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados en la experiencia turística". (OMT, 91)

“Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (Sancho A. , s.f)

La oferta turística, integrada en general por el sector privado consta de alojamiento turístico en sus diversas formas, tour operadores, servicios de gastronomía y otras actividades de recreación.

El factor oferta está constituido por la industria turística y debería estar constantemente en un proceso de revisión y modernización para implementar cambios tecnológicos y de gestión en los negocios de la industria además de la generación de nuevos productos que estarían respondiendo a las nuevas expectativas de los clientes. Además se cuenta con una serie de otros elementos cuya compleja interrelación tiene una serie de impactos, tanto positivos como negativos, en el área de influencia de la actividad. Los impactos están estrechamente relacionados con la capacidad de manejo de la gestión turística. (CEPAL, 2003).

Para Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado." Complementando ésta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta "son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta".

La American Marketing Association (A.M.A.), define la oferta (desde la perspectiva del negocio) como: "El número de unidades de un producto que será puesto en el mercado durante un periodo de tiempo".

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define la oferta como "la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o

servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta".

Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, autores del libro "Marketing", plantean la siguiente definición de oferta de marketing: "Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo." Complementando ésta definición, los autores consideran que las ofertas de marketing no se limitan a productos físicos, sino que incluyen: servicios, actividades o beneficios; es decir, que incluyen otras entidades tales como: personas, lugares, organizaciones, información e ideas.

Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", define la oferta como "el conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios". Complementando ésta definición, Andrade agrega que en el lenguaje de comercio, "se emplea la expresión estar en oferta para indicar que por un cierto tiempo una serie de productos tiene un precio más bajo del normal, para así estimular su demanda".

1.4 Demanda de las actividades turísticas en la parroquia Tarqui

Es el conjunto de servicios solicitado efectivamente por el consumidor. La demanda turística la componen los visitantes (que incluyen turistas y excursionistas), y se ve afectada por factores internos a la demanda, como las motivaciones que animan a viajar; externos, como las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc.; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la Oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, etc. (Pérez, 2010)

Existen varios criterios al momento de definir la demanda, según los expertos en mercadotecnia y economía la demanda es un factor preponderante en la vida de las empresas, así para Kotler, autor del libro "Dirección de Marketing" (Año 2002 Pág. 54), la demanda es "El deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago".

Según Laura Fisher, autora del libro "Mercadotecnia", la demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado"

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define la demanda como "El valor global que expresa la intención de compra de una colectividad, la curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas, para Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", proporciona la siguiente definición de demanda: "Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un

precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca".

Gregory Mankiw, autor del libro "Principios de Economía", define la demanda como "La cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar", en síntesis, una definición de demanda que se puede extraer de todos estos aportes o propuestas, y que en lo personal sugiero, es la siguiente: "La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido".

Para Kotler, Cámara, Grande y Cruz, autores del libro "Dirección de Marketing", la demanda es "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago".

Según Laura Fisher y Jorge Espejo, autores del libro "Mercadotecnia", la demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado".

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define la demanda como "el valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas".

2 Método/Metodología

Se trabajó con 150 turistas que visitan la parroquia Tarqui; es importante indicar que el presente tema de investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo; es cualitativo porque se recolecta información importante de actividades turísticas estudiadas, de esta manera se obtendrá importante información que da un mejor entendimiento ante la problemática de la investigación; es cuantitativo porque es una investigación aclarativa y objetiva, ya que efectúa operaciones con datos numéricos para concretar la información y de esta manera permita establecer los orígenes de los problemas con los que cuenta el lugar de estudio.

Al mismo tiempo la modalidad de la investigación es de campo, porque se trasladó al lugar donde ocurren los hechos y se desarrolló el debido estudio detallado en el presente Artículo Académico (Paper), además es bibliográfica por la necesidad de acudir a información oportuna, basada en documentos, libros, internet y artículos científicos como: Redalyc, Scielo, Science Direct, Dialnet,

IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE LA PARROQUIA TARQUI Y LAS ACTIVIDADES QUE DINAMIZAN LA ECONOMÍA LOCAL.

Tabla 1. Actividades Turísticas que dinamizan la economía de la Parroquia

ACTIVIDADES TURÍSTICAS	ACTIVIDADES TURÍSTICAS QUE DINAMIZAN LA ECONOMÍA DE LA PARROQUIA
Alojamiento	Alojamiento
Servicio de alimentos y bebidas	Servicio de alimentos y bebidas
Recreación	Recreación
Transportación	Transportación
Intermediación	

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial 2011
Elaborado por: CISNEROS, Francis (2016)

3 Resultados

En base a las consideraciones anteriores se obtuvo los siguientes resultados:

N°		Nivel de agrado de la visita Pregunta 2	Actividad que genera economía Pregunta 5	Duración de la permanencia Pregunta 8	Conocimiento de un lugar de alojamiento Pregunta 9
1	TURISTAS ECUESTADOS	86% SI	12% AGRICOLAS	61% 3-5 HORAS	19% SI
2		14% NO	38% GANADERAS	39% 1 DÍA	81% NO
3			49% TURISTICAS	0% 2 DÍAS O MÁS	
4			1% MINERAS		

4 Discusión

La Parroquia Tarqui tiene la finalidad de brindar nuevas actividades turísticas e innovadoras que permitan el desarrollo turístico, cultural y económico que tanto requiere. Por consiguiente esta investigación contribuirá con la dinamización de la localidad y de sus habitantes que tanto lo requieren, para contribuir con el desarrollo de la parroquia. El impacto económico causado a los pobladores por el presente proyecto será positiva, ya que

es un proyecto sencillo, de manera que no se requiere de mucha inversión para cumplir con el trabajo investigativo, lo cual ayudará a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

De esta manera los pobladores de la parroquia podrán demostrar todo el potencial con el que cuenta la misma, y de otra forma ofertar nuevas actividades turísticas a visitantes nacionales y extranjeros que visitan el lugar. Será beneficioso, porque la Parroquia Tarqui será conocida no solo como un sitio gastronómico y natural, sino como un lugar que reúne las condiciones óptimas, en el que se puede disfrutar en familia o con amigos realizando las actividades que se desarrollan en la parroquia.

5 Conclusiones

Mediante la investigación se identificó que las actividades turísticas que se pueden realizar en la parroquia son: caminar, hacer deporte, bailar, visitar el zoológico, alimentación, natación, disfrutar el paisaje y pasear, las cuales son aceptadas por los turistas.

Es evidente que los turistas que visitan la parroquia Tarqui por lo general solo visitan el zoológico Tarqui y el parque, sin darse cuenta que hay más lugares por conocer como unas cabañas turísticas o realizar visitas a las comunidades, lo cual incrementaría su experiencia de la visita realizada.

La actividad turística en la parroquia se ha venido desarrollando de una manera escasa, por el desinterés de incentivar a la creación de proyectos de micro – emprendimiento, para lo cual existen lugares que no han sido promocionados con énfasis para mejorar su atracción e interés.

La economía de los habitantes de la parroquia Tarqui por parte del sector turístico tiene un mínimo porcentaje de ingresos, siendo su principal fuente económica la agricultura.

De acuerdo con los resultados obtenidos se evidencia que la parroquia cuenta con los recursos necesarios para convertirse en un potencial turístico.

Bibliografía

1. Constitución Nacional de la República del Ecuador 2008
2. Secretaría de Turismo (SECTUR), 2015
3. Del libro: Economía, Decimoséptima Edición, de Samuelson Paul y Nordhaus William, Mc Graw Hill, Pág. 4.
4. Del libro: La Economía en Tela de Juicio, de Skousen Mark, Addison-Wesley Iberoamericana, Pág. 16.
5. Del libro: Diccionario de Economía, Tercera Edición, de Andrade Simón, Editorial Andrade, Págs. 245 y 246.

6. Del libro: Economía Para Todos, de Perles Benjamin y Sullivan Charles, Compañía Editorial Continental S.A., Pág. 11.
7. Organización Mundial de Turismo (2010)
8. Ledhesma, Miguel (2016). Periodismo turístico: muchos principios y algunos finales. Buenos Aires: Miguel Ledesma. p. 14.
9. Prieto Gutiérrez, J. J. (2015) Turismo cultural: el caso español. International Journal of Scientific Management and Tourism 2, 95-114
10. Skousen, M. (2008). "La Economía en Tela de Juicio". Addison - Wesley
12. Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, Marketing, 2005, Décima Edición, Prentice Hall, Pág. 10.