



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
Y HOTELERA**

**TEMA: ESTUDIO DEL TRÁFICO FRONTERIZO PARA EL
DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN MACARÁ
PROVINCIA DE LOJA**

AUTORA: SARANGO JARAMILLO EVA ISABEL

DIRECTOR: AVILÉS LEÓN BYRON EDUARDO

SANGOLQUÍ

2016



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “**ESTUDIO DEL TRÁFICO FRONTERIZO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA**” realizado por la señorita **EVA ISABEL SARANGO JARAMILLO**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a la señorita **EVA ISABEL SARANGO JARAMILLO** para que lo sustente públicamente.

Ciudad, 10 de febrero del 2016

Atentamente,

Ing. Byron Avilés León

Director



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **EVA ISABEL SARANGO JARAMILLO**, con cédula de identidad N° **1723208391** declaro que este trabajo de titulación “**ESTUDIO DEL TRÁFICO FRONTERIZO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA**” ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 10 de febrero del 2016

EVA ISABEL SARANGO JARAMILLO

C.C.1723208391



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO.**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

AUTORIZACIÓN

Yo, **EVA ISABEL SARANGO JARAMILLO**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución la presente trabajo de titulación **“ESTUDIO DEL TRÁFICO FRONTERIZO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN MACARÁ PROVINCIA DE LOJA”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 10 de febrero del 2016

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'E. Sarango', is written over a horizontal dashed line. The signature is fluid and cursive.

EVA ISABEL SARANGO JARAMILLO

C.C.1723208391

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación le dedica a Dios por estar conmigo durante toda mi vida guiándome por el camino correcto.

A mis padres por el esfuerzo y sacrificio realizado durante toda su vida para darnos lo mejor a mí y a mis hermanos.

A mis hermanos y primos por todas enseñanzas compartidos que han permitido que yo crezca como persona.

A mis tíos por todo el apoyo brindado desde mi infancia que me han permitido lograr esta meta.

A todos mis amigos por estar conmigo incondicionalmente desde inicios de la carrera.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por apoyarme tanto emocional como económicamente en todos estos años de esfuerzo para lograr mi meta.

Al Ing. Byron Avilés por compartir sus conocimientos a lo largo de mi carrera y contribuir de esa manera a fortalecer mi perfil profesional.

A las entidades públicas y privadas del cantón Macará que de una u otra forma colaboraron con el presente trabajo de investigación.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas por permitirme formar parte de tan distinguida institución académica.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|---|--------------|
| CERTIFICACIÓN..... | ii |
| AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD..... | iii |
| AUTORIZACIÓN..... | iv |
| DEDICATORIA..... | v |
| AGRADECIMIENTO | vi |
| ÍNDICE DE CONTENIDO | vii |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | xii |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | xiv |
| RESUMEN..... | xvii |
| ABSTRACT | xviii |
| CAPITULO I..... | 1 |
| MARCO TEÓRICO | 1 |
| 1.1 Introducción..... | 1 |
| 1.2 Antecedentes | 2 |
| 1.3 Definición del problema | 3 |
| 1.4 Justificación..... | 4 |
| 1.5 Objetivos | 5 |
| 1.5.1 Objetivo general | 5 |
| 1.5.2 Objetivos específicos..... | 5 |
| 1.6 Metodología..... | 5 |
| 1.6.1 Método..... | 5 |
| 1.6.2 Técnicas y herramientas de la metodología..... | 6 |
| 1.7 Idea a defender | 7 |
| 1.8 Marco Teórico | 7 |
| 1.8.1 Perspectivas teóricas existentes | 7 |
| 1.8.2 Estructuración de la teoría que sustenta la investigación | 7 |
| 1.8.3 Componentes teóricos (mapa teórico) | 18 |
| 1.8.4 Antecedentes investigativos que sustenten el trabajo de investigación..... | 19 |
| 1.8.4.1 Investigaciones cualitativas | 19 |
| 1.8.4.2 Investigaciones cuantitativas..... | 19 |
| 1.9 Marco Conceptual | 20 |
| CAPITULO II | 24 |
| DIAGNÓSTICO SITUACIONAL..... | 24 |

| | | |
|-------------|--|----|
| 2.1 | Análisis externo | 24 |
| 2.1.1 | Macroambiente | 24 |
| 2.1.1.1 | Entorno Económico | 24 |
| 2.1.1.1.1 | Renta Per Cápita | 24 |
| 2.1.1.1.2 | Tasa de desempleo..... | 26 |
| 2.1.1.1.3 | Tasa de inflación | 27 |
| 2.1.1.1.4 | Análisis del PIB | 29 |
| 2.1.1.1.5 | Balanza Comercial | 31 |
| 2.1.1.2 | Entorno Sociocultural..... | 33 |
| 2.1.1.2.1 | Factores demográficos..... | 33 |
| 2.1.1.2.1.1 | Tamaño de la población y distribución | 33 |
| 2.1.1.2.1.2 | Distribución por edades | 35 |
| 2.1.1.2.1.3 | Niveles de formación..... | 36 |
| 2.1.1.2.1.4 | Niveles de ingresos..... | 38 |
| 2.1.1.2.1.5 | Grupos Étnicos | 39 |
| 2.1.1.3 | Entorno Geográfico | 40 |
| 2.1.1.3.1 | Ubicación geográfica país | 40 |
| 2.1.1.3.2 | Hidrografía | 43 |
| 2.1.1.3.3 | Orografía | 44 |
| 2.1.1.3.4 | Clima | 45 |
| 2.1.1.3.5 | Infraestructura Vial..... | 47 |
| 2.1.1.3.6 | Servicios Básicos..... | 49 |
| 2.1.1.4 | Entorno Tecnológico | 50 |
| 2.1.1.4.1 | Conectividad..... | 51 |
| 2.1.1.4.1.1 | Sistemas informáticos utilizados en el sector | 52 |
| 2.1.1.4.2 | Nuevas tendencias tecnológicas | 53 |
| 2.1.1.5 | Entorno político | 54 |
| 2.1.1.5.1 | Forma de gobierno..... | 54 |
| 2.1.1.5.2 | Estabilidad política | 55 |
| 2.1.1.5.3 | Planes y programas gubernamentales..... | 56 |
| 2.1.1.5.4 | Convenios y programas de cooperación internacional | 58 |
| 2.1.1.6 | Entorno Legal | 58 |
| 2.1.1.6.1 | Constitución de la República Del Ecuador..... | 58 |

| | | |
|--------------------------|---|-----------|
| 2.1.1.6.2 | Tratados y Convenios Internacionales..... | 59 |
| 2.1.1.6.3 | Leyes y reglamentos..... | 60 |
| 2.1.1.6.4 | Permisos de operación y funcionamiento..... | 61 |
| 2.1.2 | Microambiente..... | 62 |
| 2.1.2.1 | Atractivos Turísticos | 62 |
| 2.1.2.1.1 | Atractivos Culturales..... | 62 |
| 2.1.2.1.1.1 | Parques temáticos..... | 63 |
| 2.1.2.1.1.1.1 | Turismo cultural | 66 |
| 2.1.2.1.2 | Atractivos Naturales..... | 69 |
| 2.1.2.1.2.1 | Ecoturismo y turismo de naturaleza | 69 |
| 2.1.2.2 | Turistas o visitantes | 73 |
| 2.1.2.3 | Competencia..... | 73 |
| 2.1.2.4 | Sustitutos | 74 |
| 2.1.2.4.1 | Proveedores de servicios | 77 |
| 2.1.2.5 | Organismos reguladores..... | 80 |
| 2.2 | Análisis interno..... | 82 |
| 2.2.1 | Constitución Legal | 82 |
| 2.2.2 | Recursos y capacidades | 82 |
| 2.2.2.1 | Tangibles | 82 |
| 2.2.2.1.1 | Económicos y financieros..... | 82 |
| 2.2.2.1.2 | Físicos..... | 83 |
| 2.2.2.1.2.1 | Tecnológicos | 84 |
| 2.2.2.1.2.2 | Estructura organizacional | 85 |
| 2.2.2.2 | Intangibles | 85 |
| 2.2.2.2.1 | Humanos..... | 85 |
| 2.2.2.2.2 | Innovación y creatividad | 87 |
| 2.2.2.2.2.1 | Prestigio y reconocimiento..... | 87 |
| 2.2.3 | Análisis FODA..... | 87 |
| 2.2.3.1 | Fortalezas..... | 87 |
| 2.2.3.2 | Oportunidades | 88 |
| 2.2.3.3 | Debilidades..... | 91 |
| 2.2.3.4 | Amenazas | 92 |
| 2.2.4 | Matriz de resumen FODA | 94 |
| CAPITULO III..... | | 95 |

| | |
|---|------------|
| ESTUDIO DE MERCADO | 95 |
| 3.1 Estudio de la oferta..... | 95 |
| 3.1.1 Descripción del producto o servicio | 95 |
| 3.1.2 Determinación de la población de estudio de la oferta..... | 97 |
| 3.1.3 Determinación de censo | 97 |
| 3.1.4 Instrumento de recolección de información | 97 |
| 3.1.5 Proyección de la oferta | 97 |
| 3.2 Estudio de la demanda..... | 100 |
| 3.2.1 Determinación de la población de estudio de la demanda..... | 100 |
| 3.2.2 Determinación de la muestra | 100 |
| 3.2.3 Técnicas de muestreo | 101 |
| 3.2.4 Instrumento de recolección de información | 101 |
| 3.2.5 Situación de la demanda actual | 101 |
| 3.2.6 Definición del perfil del cliente..... | 104 |
| 3.2.7 Proyección de la demanda..... | 104 |
| 3.3 Análisis de precios..... | 109 |
| 3.3.1 Percepción del precio por el consumidor | 109 |
| 3.4 Análisis de distribución | 112 |
| 3.4.1 Canales de distribución | 112 |
| CAPÍTULO IV | 113 |
| RESULTADOS FINALES | 113 |
| 4.1 Resultados | 113 |
| 4.1.1 Ejecución de los métodos cualitativos..... | 113 |
| 4.1.2 Ejecución de los métodos cuantitativos..... | 114 |
| 4.1.3 Ejecución del análisis y síntesis de la información | 114 |
| 4.1.3.1 Análisis descriptivos de los datos por categorías y variables | 115 |
| 4.1.3.1.1 Demanda: Encuesta dirigida a los turistas peruanos | 115 |
| 4.1.3.1.2 Oferta: Encuesta dirigida a los prestadores de servicios del cantón Macará... | 141 |
| 4.1.3.2 Análisis de hipótesis mediante pruebas estadísticas..... | 164 |
| 4.1.3.3 Informe final de resultados..... | 164 |
| 4.1.3.3.1 Introducción..... | 165 |
| 4.1.3.3.2 Comprobación de la hipótesis | 165 |
| 4.1.3.3.3 Limitaciones de la investigación | 168 |
| 4.1.3.3.4 Contribuciones..... | 169 |

| | | |
|--|--|------------|
| 4.1.3.3.5 | Pistas para investigaciones posteriores..... | 170 |
| CAPÍTULO V..... | | 172 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | | 172 |
| 5.1 | Conclusiones | 172 |
| 5.2 | Recomendaciones | 174 |
| Bibliografía | | 176 |
| Anexos | | 189 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| Tabla 1 Tasa de Desempleo Anual 2013-2015 | 26 |
| Tabla 2 Tasa de Inflación Anual..... | 27 |
| Tabla 3 Consumo Turístico Receptor en el PIB | 30 |
| Tabla 4 Balanza Turística | 32 |
| Tabla 5 Balanza Turística | 33 |
| Tabla 6 Niveles de Formación | 37 |
| Tabla 7 Etnias de acuerdo a la Auto identificación de los habitantes | 39 |
| Tabla 8 Detalle de sub-cuencas hidrográficas del cantón Macará | 43 |
| Tabla 9 Relieves del cantón Macará | 44 |
| Tabla 10 Tipos de clima del cantón Macará | 46 |
| Tabla 11 Rutas de viabilidad del cantón Macará | 47 |
| Tabla 12 Sistema Vial Urbano del cantón Macará..... | 48 |
| Tabla 13 Acceso a servicios básicos en las viviendas..... | 49 |
| Tabla 14 Viviendas con servicios de telecomunicación | 51 |
| Tabla 15 Proyectos del Programa SIETE | 53 |
| Tabla 16 Establecimientos de Alojamiento | 78 |
| Tabla 17 Establecimientos de alimentos y bebidas..... | 79 |
| Tabla 18 Establecimientos de recreación y esparcimiento | 79 |
| Tabla 19 Establecimientos para Seminarios y Eventos..... | 80 |
| Tabla 20 Análisis de las Capacidades del Área de Gestión Financiera | 83 |
| Tabla 21 Infraestructura por Áreas | 84 |
| Tabla 22 Análisis del Talento Humano..... | 86 |
| Tabla 23 Matriz de Fortalezas..... | 88 |
| Tabla 24 Priorización de las fortalezas | 88 |
| Tabla 25 Matriz de Oportunidades..... | 89 |
| Tabla 26 Priorización de las Oportunidades | 90 |
| Tabla 27 Matriz de Debilidades | 91 |
| Tabla 28 Priorización de debilidades | 92 |
| Tabla 29 Matriz de amenazas..... | 92 |
| Tabla 30 Priorización de amenazas..... | 93 |
| Tabla 31 Resumen FODA..... | 94 |
| Tabla 32 Establecimientos según categoría | 96 |
| Tabla 33 Antigüedad de los Establecimientos | 98 |
| Tabla 34 Entrada al Ecuador de turistas peruanos por departamento | 105 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 35 Crecimiento de la población de Perú por departamentos..... | 105 |
| Tabla 36 Proyección de la demanda por departamento de origen | 106 |
| Tabla 37 Visita de turismo al Ecuador por departamentos | 107 |
| Tabla 38 Proyección de visitas por turismo por departamentos | 108 |
| Tabla 39 Género del encuestado | 115 |
| Tabla 40 Edad del encuestado..... | 116 |
| Tabla 41 Interés en visitar Ecuador..... | 117 |
| Tabla 42 Origen de los encuestados..... | 119 |
| Tabla 43 Frecuencia de viaje | 120 |
| Tabla 44 Motivo de viaje | 122 |
| Tabla 45 ¿Con quién viaja?..... | 123 |
| Tabla 46 ¿Cuántos días permanecerá en Macará? | 125 |
| Tabla 47 Permanencia en el resto de la provincia excepto Macará | 126 |
| Tabla 48 Permanencia en el resto del Ecuador excepto Loja..... | 128 |
| Tabla 49 Medio de información para conocer de Macará..... | 129 |
| Tabla 50 ¿Qué medio de transporte utilizará para movilizarse? | 131 |
| Tabla 51 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios turísticos?..... | 137 |
| Tabla 52 ¿Cuánto pretende gastar en su viaje por Ecuador? | 139 |
| Tabla 53 Tipo de Establecimiento | 141 |
| Tabla 54 Categoría del establecimiento | 142 |
| Tabla 55 Meses de mayor afluencia de turistas | 144 |
| Tabla 56 Procedencia de los clientes | 146 |
| Tabla 57 Personal calificado o no calificado | 147 |
| Tabla 58 Frecuencia de mantenimiento de las instalaciones | 148 |
| Tabla 59 Tiempo de funcionamiento del establecimiento | 149 |
| Tabla 60 Herramientas de promoción utilizadas por el establecimiento | 151 |
| Tabla 61 Ocupación del establecimiento por los turistas..... | 153 |
| Tabla 62 Estadía promedio de los turistas | 154 |
| Tabla 63 Servicios que ofrece..... | 156 |
| Tabla 64 Rango de Tarifas..... | 157 |
| Tabla 65 Ocupación semanal de establecimientos por turistas..... | 159 |
| Tabla 66 Servicios que ofrece..... | 160 |
| Tabla 67 Rango de tarifas | 161 |
| Tabla 68 Frecuencia de afluencia de turistas | 162 |
| Tabla 69 Establecimientos de seminarios y eventos | 163 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 Modalidades del Turismo | 8 |
| Figura 2 Entorno de la empresa | 9 |
| Figura 3 Las 5 Fuerzas de Porter. | 13 |
| Figura 4 Análisis FODA para destinos turísticos..... | 16 |
| Figura 5 Estudio de Mercado | 18 |
| Figura 6 Mapa teórico | 18 |
| Figura 7 INB per cápita de Ecuador, método Atlas. | 25 |
| Figura 8 INB per cápita de Perú, método Atlas. | 25 |
| Figura 9 Tasa de desempleo 2015..... | 26 |
| Figura 10 Datos de inflación de Ecuador 2013-2015..... | 28 |
| Figura 11 Producto Interno Bruto- Ecuador | 30 |
| Figura 12 Balanza Comercial del Ecuador. | 31 |
| Figura 13 Tasa de Crecimiento Poblacional Cultural | 34 |
| Figura 14 Población del cantón Macará según Sexo y Grupo de Edad | 35 |
| Figura 15 Edad- Perfil General del Turista - Perú | 36 |
| Figura 16 Niveles de Formación – Macará..... | 37 |
| Figura 17 Principales actividades que generan mayor ingreso | 38 |
| Figura 18 Grupos Étnicos de Macará..... | 40 |
| Figura 19 Mapa de Regiones del Ecuador | 41 |
| Figura 20 Mapa Político de Loja..... | 42 |
| Figura 21 División Parroquial del Cantón Macará | 42 |
| Figura 22 Mapa de Micro cuencas del Cantón Macará..... | 44 |
| Figura 23 Relieve del cantón Macará | 45 |
| Figura 24 Mapa de tipos de clima del cantón Macará. | 46 |
| Figura 25 Mapa de Redes Viales y Transporte del cantón Macará..... | 48 |
| Figura 26 Porcentaje de Viviendas con acceso a todos los servicios..... | 50 |
| Figura 27 Viviendas con acceso a servicios de telecomunicación..... | 51 |
| Figura 28 Resultados a nivel cantonal | 55 |
| Figura 29 Parque de la Madre. | 63 |
| Figura 30 Altar de la Patria | 64 |
| Figura 31 Parque Lineal Santa Marianita | 64 |
| Figura 32 Templete María Auxiliadora | 65 |
| Figura 33 Parque Amazonas | 65 |

| | |
|--|-----|
| Figura 34 Atrio de la Iglesia Central..... | 66 |
| Figura 35 Petroglifos en Jorupe | 67 |
| Figura 36 Petroglifos de Numbiaranga | 67 |
| Figura 37 Cecina de Chanco | 68 |
| Figura 38 Ceviche de carne..... | 68 |
| Figura 39 Balneario La Lajilla | 69 |
| Figura 40 Fondos Azules | 70 |
| Figura 41 La Cruz del Panadero | 70 |
| Figura 42 El Resbaloncito..... | 71 |
| Figura 43 Playa Guayabito..... | 71 |
| Figura 44 Aratinga erythrogenys | 72 |
| Figura 45 Reserva Laipuna | 72 |
| Figura 46 Destinos más visitados 2014..... | 74 |
| Figura 47 Puerta de Entrada de la Ciudad de Loja..... | 74 |
| Figura 48 Parque Nacional Podocarpus | 75 |
| Figura 49 Bosque Petrificado de Puyango..... | 75 |
| Figura 50 Parque Central de Vilcabamba | 76 |
| Figura 51 Santuario de la Virgen del Cisne | 76 |
| Figura 52 Parque Nacional Yacuri..... | 77 |
| Figura 53 Organigrama Estructural del G.A.D. Municipal del Cantón Macará | 85 |
| Figura 54 Creación de Establecimientos..... | 98 |
| Figura 55 Proyección de la creación de establecimientos..... | 99 |
| Figura 56 Origen por departamentos de los turistas peruanos | 102 |
| Figura 57 Mapa de los departamentos de Perú. | 103 |
| Figura 58 Lugar de visita en Ecuador | 104 |
| Figura 59 Proyección de Turistas por Departamento..... | 106 |
| Figura 60 Proyección de los tres departamentos..... | 107 |
| Figura 61 Proyección de visita por turismo por departamentos..... | 108 |
| Figura 62 Pago por alojamiento | 109 |
| Figura 63 Pago por alimentos y bebidas | 110 |
| Figura 64 Pago por recreación y esparcimiento..... | 110 |
| Figura 65 Pago por Seminarios y Eventos (intermediación) | 111 |
| Figura 66 Medios de información. | 112 |
| Figura 67 Género de los encuestados..... | 115 |
| Figura 68 Edad del Encuestado..... | 116 |

| | |
|---|-----|
| Figura 69 ¿Por qué está interesado en visitar Ecuador?..... | 118 |
| Figura 70 ¿Cuál es su departamento de origen? | 119 |
| Figura 71 ¿Cada cuánto usted viaja a Ecuador?..... | 121 |
| Figura 72 ¿Cuál es el motivo de su viaje? | 122 |
| Figura 73¿Con quién viaja? | 124 |
| Figura 74 ¿Cuántos días permanecerá en Macará?..... | 125 |
| Figura 75 ¿Cuántos días permanecerá en el resto de la provincia de Loja?..... | 127 |
| Figura 76 ¿Cuántos días permanecerá en el resto del Ecuador? | 128 |
| Figura 77¿A través de qué medio de información usted conoció acerca de Macará?..... | 130 |
| Figura 78 ¿Qué medio de transporte utilizará para movilizarse?..... | 131 |
| Figura 79 Servicios de alojamiento..... | 133 |
| Figura 80 Servicios de alimentos y bebidas..... | 134 |
| Figura 81 Servicios de recreación y esparcimiento..... | 135 |
| Figura 82 Servicios de Seminarios y Eventos (intermediación) | 136 |
| Figura 83 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios turísticos? | 138 |
| Figura 84 ¿Cuánto pretende gastar en su viaje por Ecuador? | 140 |
| Figura 85 Tipo de establecimiento..... | 141 |
| Figura 86 Categoría de Establecimientos..... | 143 |
| Figura 87 Meses de mayor afluencia de turistas | 145 |
| Figura 88 Procedencia de los clientes | 146 |
| Figura 89 Personal calificado y no calificado | 147 |
| Figura 90 Frecuencia de mantenimiento de las instalaciones | 148 |
| Figura 91 Tiempo de funcionamiento del establecimiento | 150 |
| Figura 92 Herramientas de promoción..... | 152 |
| Figura 93 Ocupación del establecimiento por los turistas | 153 |
| Figura 94 Estadía promedio de los turistas | 155 |
| Figura 95 Servicios que ofrece..... | 156 |
| Figura 96 Rango de tarifas | 158 |
| Figura 97 Ocupación de establecimiento semanal por turistas extranjeros | 159 |
| Figura 98 Servicios que ofrece..... | 160 |
| Figura 99 Rango de tarifas | 161 |
| Figura 100 Lugar de visita en Ecuador | 166 |
| Figura 101 Motivo de visita a Macará | 166 |
| Figura 102 ¿Cuántos días permanecerá en Macará? | 167 |
| Figura 103 ¿Cuánto pretende gastar durante su visita a Macará? | 167 |

RESUMEN

La presente investigación fue realizada con la finalidad de determinar la influencia de tráfico fronterizo en el desarrollo turístico del cantón Macará haciendo énfasis en el turismo receptivo de turistas provenientes de Perú. Este estudio se ha dividido en cinco capítulos, el primero hace referencia a la sustentación del trabajo a desarrollarse y delimita el alcance del mismo; en el segundo capítulo, se realiza un análisis interno y externo de las condiciones actuales tanto del país como de la localidad para sintetizar la información más relevante en un análisis FODA; en el tercer capítulo, se efectuó un estudio de mercado en el cual se procedió a ejecutar el trabajo de campo a través de las herramientas de recolección de información que son dos encuestas, una dirigida a los prestadores de servicios del cantón y otra dirigida a los turistas peruanos que ingresan al Ecuador con la finalidad de proyectar la tendencia de la oferta como de la demanda; además de una entrevista dirigida al principal representante de turismo local. En el capítulo cuatro se pormenorizan los resultados obtenidos en la investigación determinando que se rechaza la hipótesis pues los turistas peruanos no influyen en el desarrollo del cantón y, finalmente en el capítulo cinco se han plasmado las conclusiones y recomendaciones del trabajo realizado.

PALABRAS CLAVE

- **DESARROLLO**
- **TRÁFICO FRONTERIZO**
- **TURISTA PERUANO**
- **PRESTADOR DE SERVICIO**
- **TURISMO RECEPTIVO**

ABSTRACT

This research was conducted in order to determine the influence of border traffic in tourism development on canton Macará with emphasis on inbound tourism of tourists from Peru. This investigation is divided into five chapters; the first refers to support work to develop and delimits the scope thereof; in the second chapter, an internal and external analysis of the current conditions of both the country and the city is performed to synthesize the most relevant information in a SWOT analysis; in the third chapter, a market study was made, in which we proceeded to run the fieldwork through tools for collecting information that are two surveys, one directed at service providers in the canton and another aimed to the Peruvian tourists entering to Ecuador, in order to project the trend of supply and demand; plus an interview addressed to the chief representative of local tourism. In chapter four the results of the investigation determined that the hypothesis is rejected because the Peruvian tourists do not influence the development of the canton and finally in chapter five are reflected the conclusions and recommendations of the work done.

KEYWORDS

- **DEVELOPMENT**
- **BORDER TRAFFIC**
- **PERUVIAN TOURIST**
- **SERVICE PROVIDER**
- **RECEPTIVE TOURISM**

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Introducción

El presente trabajo de investigación tiene como objeto el mejoramiento de la calidad de vida del cantón Macará de la provincia de Loja aprovechando sus recursos naturales para promover el Turismo lo cual contribuye esencialmente al Plan Nacional del Buen Vivir que entre sus finalidades está lograr el desarrollo social del Ecuador a través del impulso de diferentes sectores productivos poco aprovechados.

Asimismo, la investigación a desarrollarse se enmarca principalmente en el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir en donde menciona el cambio de la matriz productiva como una alternativa de desarrollo nacional. Específicamente, se centra en las políticas referidas al mejoramiento de los sectores que proveen servicios como el Turismo el cual busca impulsar el sector y posicionarlo para propiciar la inversión nacional y extranjera, y garantizar la interrelación del sector público con el privado; también, se toma como referencia el impulso de las condiciones apropiadas para favorecer el cambio de la matriz productiva mediante el fomento de la inversión en transporte, logística e infraestructura que permita mejorar el mercadeo de los productos o servicios nacionales.

De esta forma, el mencionado trabajo colaboraría con el cantón Macará a través de los resultados obtenidos, el mismo que serviría de fundamento para la creación de estrategias de crecimiento turístico alineadas a las políticas referidas en el Plan Nacional del Buen Vivir tomando en cuenta los recursos propios de la localidad, generando que mediante la ejecución de diferentes estrategias por parte de las autoridades conjuntamente con la población se logre obtener mayor inversión externa originando la diversificación de los productos y servicios, más oportunidades de trabajo, mejorando así el escenario económico de la comunidad y por ende la calidad de vida de sus habitantes.

1.2 Antecedentes

El Turismo se ha convertido en una de las principales actividades practicadas a nivel mundial generando muy altos ingresos para los oferentes de estos servicios, incluso contribuyendo al crecimiento económico de algunos países. Esta particularidad ha generado que muchos inversionistas, corporaciones y países dirijan sus esfuerzos hacia el desarrollo de este sector.

Precisamente, Ecuador es uno de los países que tomando en cuenta sus atributos culturales y naturales, ha incluido al Turismo dentro de los sectores prioritarios del país y ha destinado una gran inversión hacia este sector con el propósito de posicionarlo a nivel mundial.

Este ímpetu por lograr que Ecuador sea reconocido como un país turístico ha ido calando en cada una de las localidades del país, siendo la principal motivación el desarrollo económico que algunas comunidades ya han percibido; es así, que las principales autoridades acogiéndose al apoyo gubernamental buscan alternativas viables para desarrollar el Turismo.

Por otra parte, el cantón Macará está en un proceso de desarrollo turístico iniciado por la actual administración, que busca impulsar este sector a través de diferentes alternativas turísticas.

Por lo tanto, el trabajo de investigación propuesto es de interés para la localidad mencionada puesto que sus resultados darán pie a la estructuración de estrategias que a través de su aplicación contribuyan al desarrollo turístico del cantón; además, la veracidad de la información contenida en la investigación será un aporte que podrá ser utilizado en beneficio de la comunidad para la creación de proyectos turísticos y, también será un referente para desarrollar otras investigaciones por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado o por individuos de la comunidad considerando que sus esfuerzos están entregados totalmente al crecimiento económico del cantón, y por ende, al bienestar de los habitantes.

1.3 Definición del problema

Existen nuevas facetas del Turismo que están siendo ejecutadas en Ecuador, asociadas al turismo alternativo; sin embargo, el desconocimiento de estas nuevas tendencias turísticas y la falta de investigación relacionada a este sector productivo no ha permitido el total desarrollo de las localidades y del país, existiendo un vacío en el tratamiento de la actividad turística.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Macará, conjuntamente con los pobladores del cantón buscan incursionar en nuevos sectores económicos poco impulsados como el sector turístico, pero existe un limitado conocimiento de los fundamentos de la actividad, alcance y profundidad en temas relacionados con la gestión turística.

El desarrollo de las actividades turísticas se ve afectado debido a que el Gobierno Municipal de Macará y los pobladores desconocen factores internos y externos que afectan a la actividad turística y que son necesarios para desarrollar la actividad; asimismo, se ha dejado de lado la investigación como principal instrumento para el formulación de proyectos turísticos; además, se ha visualizado que la comunidad minimiza la importancia de temas relacionados con el turismo debido a que se dedican principalmente a la agricultura, esto conlleva, a que haya desinterés en el impulso de nuevas alternativas que beneficien al cantón basados en estudios o investigaciones especialmente aquellas relacionados a la influencia ejercida por los visitantes que atraviesan el límite internacional con el Perú.

Las autoridades desconocen la situación actual del mercado turístico de la localidad, especialmente carecen de estudios referentes a las características de los visitantes que entran y salen del país por la frontera internacional, impacto económico del tráfico fronterizo y variaciones en el mercado local; por lo tanto, la poca información existente limita la elaboración de proyectos enfocados al turismo receptivo, ocasionando un lento crecimiento de esta actividad en el cantón.

El impulso de las actividades turísticas se ha dejado en segundo lugar en la localidad puesto que el Gobierno Municipal prioriza al sector agrícola que es el más importante para los pobladores, debido a esto, las estrategias y tácticas dirigidas al sector turístico de la localidad son limitadas provocando un vacío en el avance del turismo en el cantón.

1.4 Justificación

El turismo es una actividad que se ha desarrollado desde hace mucho tiempo hasta la actualidad en diferentes partes del mundo y en distintas facetas; sin embargo, en países en vías de desarrollo recientemente esta actividad está tomando fuerza. En Ecuador este sector está en pleno desarrollo; por lo cual, resulta de interés para el cantón Macará, realizar investigaciones que brinden información precisa que mediante su aplicación aporte al mejoramiento social y económico de la población que mejore su calidad de vida; de tal manera, que le permitan extender sus posibilidades de crecimiento. Por lo tanto, prevalece la necesidad de indagar profundamente en los elementos que afectan al turismo receptivo como el tráfico fronterizo desde el Perú.

Para desarrollar el presente trabajo de investigación es necesario conocer claramente cuál es el alcance, magnitud y profundidad del Turismo de tal manera que permita orientar claramente este tipo de actividad productiva fomentando el desarrollo del cantón y mejorando el bienestar de los pobladores.

Con el propósito de desarrollar correctamente el trabajo, es relevante contar con información actualizada de los factores internos y externos que intervienen en el desarrollo del cantón Macará a través de la influencia de los visitantes de Perú con la finalidad de determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que afectan al turismo de la localidad, y de esa manera proyectar los resultados necesarios que permitan desarrollar los lineamientos estratégicos que contribuyan al mejoramiento de la actividad turística dentro de la comunidad en mención.

Es trascendental para el éxito de esta investigación la obtención de información verídica de los distintos elementos de mercado como el perfil de las personas que ingresan por la frontera de Perú a Ecuador, del inventario de la oferta turística del cantón, temporalidad del paso fronterizo y datos del turismo receptivo. A partir de los resultados obtenidos del análisis de estos aspectos se podrá establecer las estrategias más idóneas para el impulso del Turismo en Macará.

Para el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Macará resulta de interés identificar que tácticas o estrategias pueden ser aplicadas en la localidad para beneficiarse de la entrada de visitantes por la frontera con el Perú e indirectamente

mitigar la salida de habitantes de la localidad hacia el Perú mediante el uso de los resultados derivados de la presente investigación para así promover el desarrollo de actividades turísticas que estimulen la economía en el cantón.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Analizar la incidencia del tráfico fronterizo en el turismo del cantón Macará a través de la investigación de los factores que influyen en el mismo con el propósito de ampliar las oportunidades de desarrollo de la comunidad.

1.5.2 Objetivos específicos

- Sustentar la investigación mediante la recolección y selección de información comprobada con el fin de la correcta estructuración del trabajo.
- Diagnosticar la situación actual del cantón a través de un análisis de los factores internos y externos que influyen en el crecimiento del mismo con la finalidad de elaborar un análisis FODA que fundamente el trabajo realizado.
- Desarrollar un estudio de mercado mediante la definición de los aspectos que intervienen y afectan a la localidad para fijar los lineamientos y estrategias turísticas de desarrollo.
- Elaborar los resultados derivados de la investigación a través de la correcta interpretación de la información obtenida previamente con el propósito de propiciar el entorno más adecuado para que la localidad se beneficie del Turismo.

1.6 Metodología

1.6.1 Método

En el presente trabajo se utilizará el método sistémico de investigación puesto que es el que más se acopla al estudio que se realizará. El método sistémico permite que la información recopilada sea organizada de manera adecuada para poder interpretarla de mejor manera.

Además, este método contribuye al presente trabajo de investigación pues permitirá sistematizar la investigación en su etapa inicial y de esa manera cumplir con un proceso ordenado durante el desarrollo del mismo.

El tema “Estudio del Tráfico Fronterizo para el Desarrollo Turístico del Cantón Macará, Provincia de Loja” se ve beneficiado del método sistémico pues la información referente a métodos, técnicas y formas de aplicar esta actividad requiere de una organización que permita visualizar claramente las estrategias a seguir para obtener un resultado positivo.

1.6.2 Técnicas y herramientas de la metodología

Para el desarrollo de este proyecto las principales técnicas y herramientas que se van a utilizar son:

- La observación de campo: Esta técnica permite determinar y recoger información sobre un aspecto específico por medio de la visualización y debe ser documentada por medio de fotos o registros. Es sumamente importante en la fase de estudio de mercado para determinar el número de establecimientos turísticos y hoteleros del cantón en el ámbito de la demanda, entre otras actividades.
- La encuesta: Permite recolectar información veraz sobre el interés de un determinado grupo humano en un producto, servicio o empresa. En el caso de este trabajo, determinará el perfil de las personas que entran por el paso internacional con Perú para la elaboración del estudio de mercado, así como para recolectar información relativa a los criterios de los prestadores de servicios turísticos de Macará en relación a los turistas procedentes de Perú.
- La entrevista: Esta técnica se realiza para precisar el interés de un grupo en particular o un individuo en un servicio, producto o una organización. Se la empleará al momento de percibir la opinión de las autoridades respecto al turismo receptivo en la localidad y formas de gestión de las actividades inherentes al turismo en el GAD.

1.7 Idea a defender

El tráfico fronterizo influye directamente en el desarrollo turístico del cantón Macará.

Variable Dependiente: Desarrollo del cantón

Variable Independiente: Actividad turística

1.8 Marco Teórico

1.8.1 Perspectivas teóricas existentes

Para el presente trabajo se ha tomado como referencia la teoría administrativa con enfoque contingencial o situacional, que de acuerdo a Milton Mora se refiere a la relación de un individuo o institución con su ambiente interno y externo permitiéndole visualizar las condiciones que debe enfrentar a través de las acciones más apropiadas. (Mora, 2011)

Este enfoque permitirá que el proyecto se lleve a cabo tomando en cuenta siempre la situación por la cual se está atravesando, de este modo, esta teoría permite que los medios de resolución de problemas no sean estáticos, es decir, existe la libertad de guiar el proyecto por el camino considerado más idóneo por el investigador.

De igual manera, al ser una teoría administrativa cumple con una estructura de tipo flexible, que se adapta perfectamente con el trabajo de investigación que se pretende realizar. La teoría contingencial propone iniciar con la recolección de información del escenario a tratar, continuando con el análisis de los factores internos y externos que afectan una determinada situación que rodea al objeto de estudio tal y como lo plantea la estructura de esta investigación que trata de definir la influencia de los turistas peruanos en el desarrollo turístico del cantón Macará. Y finalmente esta teoría plantea analizar la información previa para obtener los resultados de la investigación que será el producto final del presente estudio.

1.8.2 Estructuración de la teoría que sustenta la investigación

El Turismo se refiere según la OMT a la movilización temporal de un individuo de su lugar de residencia permanente hacia un lugar distinto por motivos de ocio, placer, negocios, salud, entre otros. (Organización Mundial del Turismo -OMT, 2007)



Figura 1 Modalidades del Turismo

Fuente: (Briceño P. , 2009)

En los actuales momentos existen nuevas tendencias turísticas que de acuerdo con Rocío Serrano se basan en la sostenibilidad y sustentabilidad permitiendo la concepción de diversos enfoques turísticos que cumplen con las solicitudes de los consumidores y que se adaptan a las características de los países ofertantes tales como el turismo rural o comunitario, ecoturismo, turismo gastronómico, entre otros. (Serrano-Barquín, 2008)

De igual forma para el tema planteado, es necesario precisar que el tráfico fronterizo hace referencia a las personas que atraviesan una frontera internacional de manera constante y habitan en los pueblos cercanos a la misma según CELSA. (Centro de Logística y Soluciones Aduanales, 2015)

De este modo Jorge Iturriza pone de manifiesto que las ciudades y pueblos que se encuentran en las zonas fronterizas tienen una interrelación que se ve reflejada en el tránsito de los ciudadanos del país vecino, de los bienes y servicios que ingresan al país, y crean una zona de Integración Fronteriza que muchas veces no es correctamente aprovechada para mejorar la economía de las poblaciones contiguas de las fronteras internacionales. (Iturriza, 1986)

Con base a este hecho, las zonas de integración fronteriza constituyen un centro social, económico y cultural que permite fortalecer y potencializar los factores

productivos de cada zona como es el caso del Turismo que a través de políticas, reglamentos y leyes bilaterales que promuevan el tráfico fronterizo de turistas conjuntamente con las acciones de la localidad generan un desarrollo económico favorable para ambos países.

Asimismo, para definir la situación actual del turismo en la localidad se debe realizar un diagnóstico situacional que para Marianela Armijo es un elemento clave en la planificación estratégica para tomar las decisiones acertadas para alcanzar los objetivos esperados. (Armijo, 2009)

Se inicia con un análisis externo que expuesto por Germán Ontaneda se refiere a los principales eventos que se relacionan desde el exterior con el objeto de estudio, de manera macro y micro que puedan afectar o beneficiar al mismo. (Ontaneda, 2011)



Figura 2 Entorno de la empresa

Fuente: (Rosales, 2013)

Respecto al macro-ambiente, Ramón Fernández expresa que existen aspectos que influyen de manera indirecta en el desarrollo turístico en un país o localidad; no obstante, lo condicionan a tener cierto comportamiento como en el ámbito económico, político, social, cultural, geográfico, tecnológico y legal. (Fernandez, 2009)

La economía es un factor de gran importancia para evaluar el desarrollo de las localidades pues permite visualizar desde una perspectiva global la actividad económica tomando como referencia índices de desempleo, PIB, inflación, entre otros. Para Juan Gabriel Brida la relación existente entre el turismo y la economía genera dos incógnitas que deben ser evidenciadas: la primera es si la economía dinamiza al turismo o por el contrario el turismo es quien dinamiza a la economía.

Dependiendo del país se puede dar una de los dos supuestos puesto que algunos han centrado sus esfuerzos en el desarrollo turístico y lo han logrado, mientras que otros conciben al turismo como actividad secundaria. (Brida, 2008)

En lo político, Tomás López Guzmán y Sandra Sánchez indican que el estado cumple una función indispensable al decretar las diferentes regulaciones que van a regir dentro de un país o localidad, es decir, es obligación del Gobierno conjuntamente con los organismos correspondientes fomentar el desarrollo turístico con la aplicación de políticas nacionales a través de programas y, acuerdos y convenios internacionales de desarrollo; de igual forma, la migración es una particularidad que debe ser analizado cuando se pretende formular sistemas de crecimiento turístico. (Guzmán, 2009)

En el ámbito socio-cultural, Juan Carlos Monterrubio señala en su libro “Turismo y cambio sociocultural. Una perspectiva conceptual” que el turismo tiene muchas implicaciones porque es una actividad que ha permitido a partir de las nuevas tendencias el acercamiento hacia comunidades cerradas y desconfiadas brindándoles la oportunidad de beneficiarse de sus costumbres y tradiciones. Contrastando con esto, el turismo también resulta negativo puesto que altera las condiciones culturales existentes a través de la relación constante con personas ajenas a las comunidades y especialmente promueve la migración hacia el destino que se encuentra en desarrollo; del mismo modo, el aspecto socio-cultural examina las condiciones actuales en las que se desenvuelve el turista para poder diseñar servicios acorde a estas preferencias. (Monterrubio, 2011)

Los estudios referentes a aspectos de la población como grupos étnicos, demografía, nivel de formación, entre otros, son necesarios para implementar el turismo favoreciendo el mejoramiento de los problemas que acarrear dichos elementos.

La geografía es muy relevante al momento de abordar el tema turístico ya que estudia las características físicas y condiciones geográficas como el clima, la orografía, la hidrografía y la localización de un país o localidad específica, estas características son las que determinaran el potencial turístico que tiene los lugares y permitirán orientar el turismo de la mejor manera. (Paoletti, 1993)

Otro aspecto importante que implica el estudio de la geografía de acuerdo con Sergio González y Cristian Obando son los espacios fronterizos que eran consideradas como simples límites de un país que no debían ser irrespetados y que servían para medir la migración convirtiéndose gracias a las relaciones internacionales en espacios de relaciones sociales de integración internacional que permiten sostener alianzas binacionales en distintos aspectos como el turismo. (Sergio González, 2008)

El factor legal es el encargado de regular las actividades productivas de un país a través de la constitución que rige todo el estado, estatutos y reglamentos que intervienen en aspectos específicos y regulaciones de acuerdo a la actividad. (Honorable Congreso del Estado de Veracruz, 2015)

La actividad turística no es la excepción, pues Pilar Saura explica que todos los aspectos que influyen en el desarrollo de la misma son legislados, de tal manera que se establezcan leyes y normas que condicionen a los individuos a cumplirlas. (Saura, 2010)

Esta injerencia legislativa es imprescindible actualmente, debido a las tendencias turísticas que involucran a las personas con la naturaleza y con grupos autóctonos lo cual requiere de un manejo especial debido a que son ambientes susceptibles a los daños.

La tecnología ha jugado un papel interesante en el rápido crecimiento del turismo a nivel mundial gracias a su constante innovación y expansión puesto que actualmente existen herramientas y equipos que facilitan la venta de servicios turísticos. Uno de los componentes de la tecnología que ha cambiado la forma de negociar son las tecnologías de la información y de la comunicación (TICS) que conforme lo explica Rafael Chamorro han aportado de manera significativa poniendo a disposición de los usuarios un sinnúmero de medios y canales para obtener lo que

necesitan. Estas herramientas han logrado que la comercialización y promoción de destinos turísticos sea mucho más sencilla y evolucionen de una manera descomunal.

Tan trascendental se ha vuelto la tecnología en el ámbito turístico que incluso en algunos países desarrollados se está dejando de lado la utilización de agencias de viajes y tour operadores para comprar un servicio, mientras que en otros países todavía no se pierde totalmente el estigma negativo que genera las compras por red; no obstante, este medio cada día genera más confianza provocando que se margina a otros medios de venta. (Chamorro, 2008)

El micro-ambiente para William Rosales involucra a los factores que pueden ser controlados y manejados para obtener un beneficio. En este caso se puede decir que es el punto vital que permite el desarrollo del turismo como los atractivos turísticos que son los lugares, tradiciones, costumbres, grupos humanos y posesiones que por sus particularidades distintivas generan interés de los viajeros y pueden ser considerados naturales o culturales. (Rosales, 2013)

Para juzgar el valor de un recurso turístico como atractivo turístico Lima Figueredo y otros autores detallan que se debe tomar en cuenta el valor científico, social y cultural que se le ha dado por parte de los generadores de la información como consecuencias de investigaciones, el estado de conservación para determinar la calidad del atractivo, la cantidad de atractivos en su entorno, la potencialidad del atractivo y las restricciones existentes como el acceso, fragilidad del recurso, facilidades para crear infraestructura y localización. El flujo turístico que se espera recibir también es un elemento importante para controlar el atractivo puesto que estos deben ser preservados y conservados para que contribuyan a la concientización y valoración de la identidad de una localidad o país. (Figueiredo, 2012)

De igual forma, Ramírez apunta a analizar las cinco fuerzas de Porter para determinar la competitividad existente en el turismo local, estas fuerzas deben ser manejadas tratando de que sean favorables para la localidad. (Ramírez, 2008)

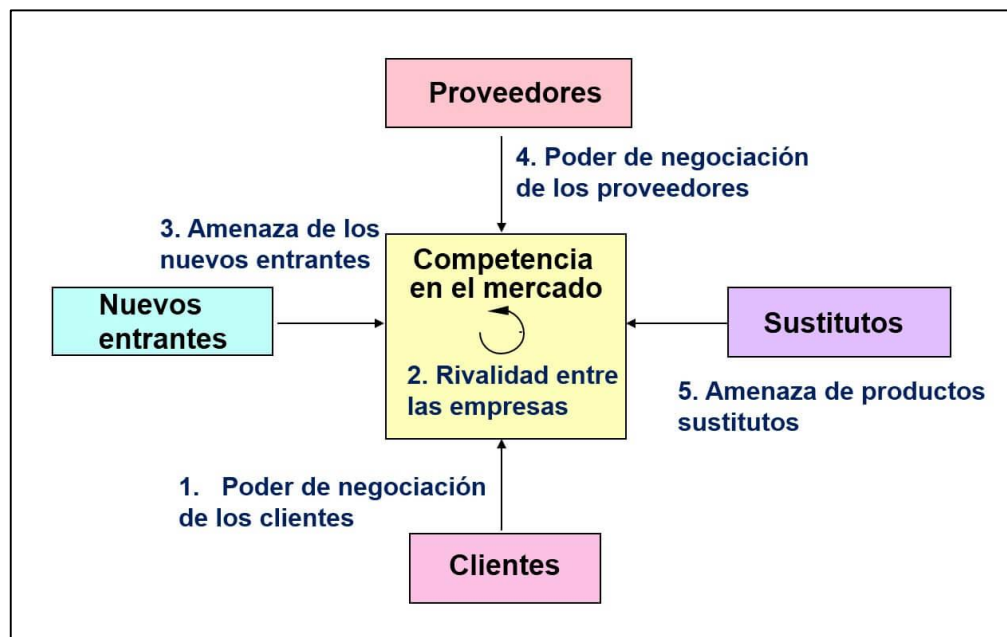


Figura 3 Las 5 Fuerzas de Porter.

Fuente: (Las 5 Fuerzas de Porter, 2015)

Analizando a los clientes se considera a los individuos que a cambio de una cantidad monetaria o un patrimonio reciben un servicio, producto o bien. De acuerdo con Jorge Hernández en el libro “La calidad en el servicio para la satisfacción del cliente” en todos los sectores productivos los clientes son indispensables para cumplir con el ciclo de comercialización. Específicamente en el sector turístico, los clientes se involucran en gran medida con los prestadores de servicios puesto que la naturaleza intangible de la actividad origina que se preste mayor atención a sus requerimientos para alcanzar la excelencia en el servicio. La calidad del servicio involucra muchos aspectos que son evaluados por los turistas como lo tangible especialmente en servicios de alimentación, hoteleros y de transporte, lo intangible como el destino turístico en sí y el contingente humano en la actitud, competencia y comunicación para resolver las dificultades que se presentan. (Hernández, 2008)

En la actualidad los cambios en la estructura de las sociedades son repentinos lo que ocasiona la concepción de ideas, gustos y necesidad diferentes por parte de los mercados potenciales lo cual genera que se creen nuevos segmentos de mercado. Rosana Mazaro menciona que la competencia se refiere a las acciones tomadas por las organizaciones o individuos para comercializar sus bienes o servicios en un determinado mercado tratando de tener mayor participación que los rivales; asimismo, tomando como referencia el producto turístico, existe una fuerte

competencia especialmente entre aquellos que forman parte del turismo tradicional, lo cual obliga a rediseñar constantemente los productos turísticos tratando de captar estos nuevos segmentos de mercado. Con la aparición de nuevas modalidades de turismo la sostenibilidad ha tomado una relevancia que tiene efectos sobre la competencia y debe ser examinada con frecuencia para asegurar o alcanzar un lugar notable dentro de los competidores. (Mazaro, 2008)

Es así, que el turismo se genera a través de un conjunto de interacciones de varios elementos que deben ser correctamente ejecutadas para alcanzar la competitividad esperada.

Otro factor a tomar en cuenta son los productos sustitutos que Roberto Romero y otros autores explican que son aquellos que satisfacen las mismas necesidades que otros productos o servicios y que se desenvuelven en el mismo mercado. (Romero, 2009)

Partiendo de ello, Alfredo Ascanio se refiere a los destinos turísticos y los servicios derivados de ellos como un conjunto de elementos que son calificados por el turista de acuerdo a la experiencia adquirida, es muy difícil determinar que productos son sustitutos pues depende de las necesidades y preferencias propias de cada turista que va más allá del valor económico. (Ascanio, 2014)

Entonces se puede considerar que los productos turísticos son competidores directos y se sustituyen unos a otros dependiendo del cliente. La sustitución en el turismo puede provenir de aspectos macro como problemas políticos, sociales y culturales repentinos en el destino receptor que obliguen al turista a cambiar de decisión.

Es sustancial el estudio de los proveedores que de acuerdo con Esther Binkhorst serían en primer lugar los encargados de suministrar los productos y servicios para que el turismo pueda desenvolverse adecuadamente, y en segundo lugar los servicios proporcionados por los agentes de turismo que los convertirían en proveedores de servicios turísticos. En este documento, se hará referencia a los primeros como proveedores de los segundos. El carácter cambiante de la actividad provoca que exista mayor y menor demanda provocando que la relación proveedor-cliente sea bastante sensible, en este punto aparece la capacidad de negociar de los proveedores directos evitando tener pérdidas o desabastecimiento con un flujo alto o bajo de

turistas y disminuyendo el impacto económico que afectaría también a los proveedores de suministros puesto que estos son considerados beneficiarios indirectos del sector turístico. (Binkhorst, 2008)

A continuación se debe realizar un análisis interno que acorde a David Hunger y otros autores es el análisis las flaquezas y firmezas con las que cuenta una organización para afrontar los desafíos y aprovechar las ventajas a través del uso de capacidades y recursos. (Hunger, Wheelen, Sánchez, Van der Lind, Mejía, 2007)

Es así, que debe considerarse los recursos y capacidades de la empresa, en este caso de la localidad, para fijar la posibilidad que tiene la misma de utilizar sus recursos para sobresalir en un ambiente competitivo fuerte. Para José Navas y otros autores la diferencia entre las distintas empresas radica en los recursos y capacidades disponibles en un tiempo determinado, es por esto que las organizaciones obtienen desigual ganancia a pesar de competir en un mismo sector; de igual manera se refieren a los recursos como las posesiones tangibles e intangibles de una empresa que le sirven para desarrollar tácticas para obtener una ventaja competitiva mientras que las capacidades son las habilidades y destrezas que tiene una empresa desde su organización para operar correctamente partiendo de los recursos disponibles. Los recursos tangibles son los que tienen una estructura física y los intangibles se fundamentan en los conocimientos. (Navas, 2004).

Cada vez se les da más importancia a estos aspectos puesto que el ambiente comercial en todos los sectores incluido el turismo actualmente es muy cambiante lo que provoca que las empresas se enfoquen más en el mejoramiento interno.

Es importante analizar los principales elementos internos y externos del sistema turístico para obtener un soporte seguro de información que sea útil en la toma de decisiones utilizando herramientas como el análisis FODA que Carla Ricaurte en el libro “Manual para el diagnóstico turístico local” menciona que permite conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la localidad. Refiriéndose a las ventajas son las potencialidades y recursos que posee para cumplir con su propósito turístico; las debilidades son las dificultades, obstáculos e impedimentos que tiene la localidad y no se direccionan hacia la meta esperada; las oportunidades son el escenario propicio que ofrece el exterior tanto en el aspecto político, social, económico y cultural que permiten lograr los objetivos; y las amenazas son aquellos

elementos externos del medio que imposibilitan el avance de la localidad para alcanzar su fin. (Ricaurte, 2009)

| | | |
|--|--|-----------------------------------|
| <p>ASPECTOS INTERNOS</p> <p>DEL SISTEMA TURÍSTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> - GOBERNANZA - INFRAESTRUCTURA - OFERTA DE SERVICIOS - DEMANDA - ATRACTIVOS - COMUNIDAD | <p>ASPECTOS EXTERNOS</p> <p>DEL SISTEMA TURÍSTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> - ASPECTOS SOCIALES, POLÍTICOS, ECONÓMICOS Y AMBIENTALES | |
| <p>FORTALEZAS</p> <p>PARA IMPULSARLAS</p> | <p>OPORTUNIDADES</p> <p>PARA POTENCIARLAS</p> | <p>ACCIONES</p> <p>OFENSIVAS</p> |
| <p>DEBILIDADES</p> <p>PARA ELIMINARLAS</p> | <p>AMENAZAS</p> <p>PARA EVITARLAS</p> | <p>ACCIONES</p> <p>DEFENSIVAS</p> |

Figura 4 Análisis FODA para destinos turísticos.

Fuente: (Ricaurte, 2009)

Una vez realizado el diagnóstico del funcionamiento de los distintos factores turísticos dentro de una comunidad se debe continuar con el estudio de mercado que para Luna y Chaves busca investigar que productos y servicios son los más idóneos para satisfacer las necesidades de los posibles clientes o consumidores. Es útil pues permite conocer la oferta, la demanda, precios y canales de distribución de los bienes, pero además suministra información que puede ser útil para analizar financieramente a un proyecto. (Chaves, 2012)

Dentro de la oferta según Gonzalo Ruiz están todos los productos y servicios situados en el mercado, disponibles para los compradores. Este escritor se refiere a la oferta como el medio que proporciona información respecto a los atributos que debe cumplir nuestro producto para cubrir a la demanda; además, permite familiarizarse con la competencia, es decir, los productos sustitutos y los derivados. Actualmente por medio de la oferta se puede saber si una empresa tiene poder dentro de un mercado a través de las cualidades irrepetibles y únicas que tienen sus productos o servicios. (Ruiz, 2015)

Esto es muy valioso en el campo turístico puesto que existen destinos con características inigualables.

En el análisis de la demanda de acuerdo a Ruiz se refiere a la cantidad de productos y servicios que están en capacidad de adquirir los consumidores tomando en cuenta el precio y la calidad. Estudiar la demanda es muy relevante para conocer los gustos, necesidades, preferencias del segmento de mercado al cual se pretende acceder; asimismo, es importante conocer el perfil del consumidor como edad, nacionalidad, estado civil, ingresos, formas de viaje, entre otros aspectos que puedan contribuir a ofrecer el mejor producto posible. En los tiempos actuales, menciona Ruiz es importante tomar en cuenta la elasticidad de la demanda que permite percibir el nivel de sustitución de un producto o servicio conforme aumente su precio, en el Turismo esto no tiene mayor importancia puesto que los destinos turísticos y los servicios derivados de los mismos se basan en su distinción mas no en su precio. (Ruiz, 2015)

Tomando como referencia a Juan Manuel De La Colina se hace referencia al precio como el valor monetario que un cliente está dispuesto a pagar por un servicio o producto y que a precepción del cliente el beneficio recibido debe ser equivalente al valor cancelado. La evaluación del precio de un producto representa información muy valiosa puesto que el capital es un recurso limitado y muy sensible.

Para poder comercializar dichos bienes o servicios se debe utilizar distintos medios de distribución. La distribución según De La Colina crea un nexo producción- consumo, es decir, se encarga de entregar el producto o servicio a los consumidores por diferentes canales de distribución. En turismo es necesario definir correctamente el canal de distribución puesto que muchas veces no se puede acercar el producto a los consumidores físicamente sino se lo hace por medio de publicidad y diferentes documentos físicos que sirven a los consumidores como respaldo de la adquisición del servicio. (De La Colina, 2009)



Figura 5 Estudio de Mercado

Fuente: (Jonathan Rodriguez y Autores, 2011)

1.8.3 Componentes teóricos (mapa teórico)

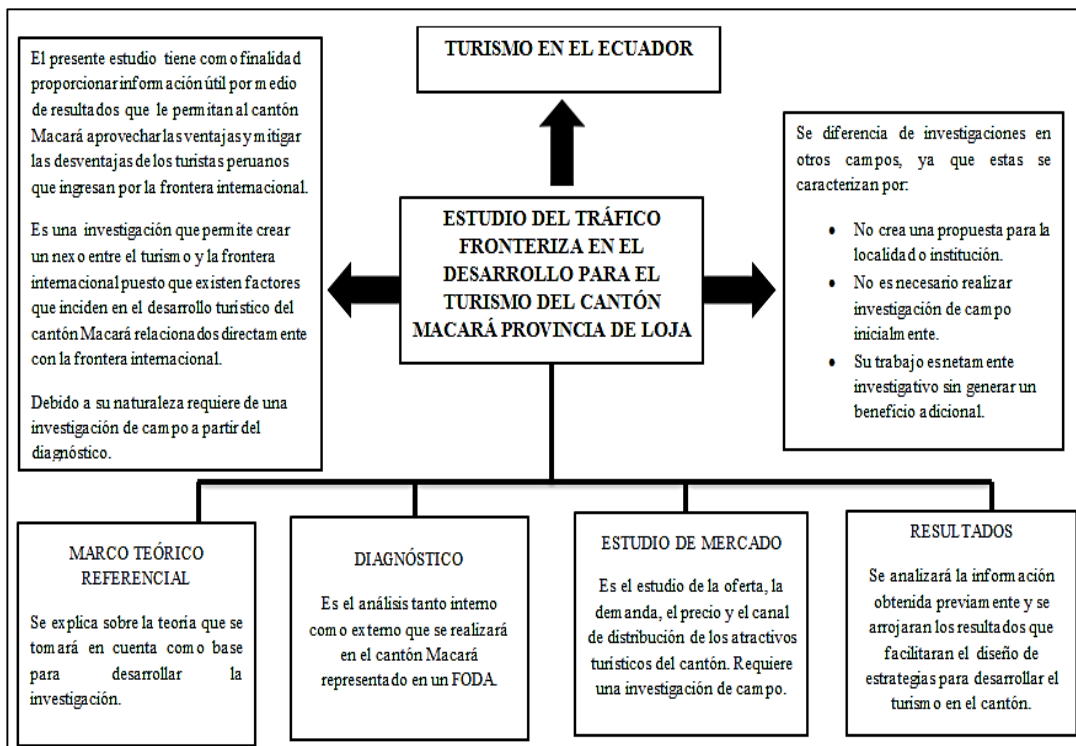


Figura 6 Mapa teórico

1.8.4 Antecedentes investigativos que sustentan el trabajo de investigación

Para el presente estudio es necesario determinar la información preliminar existente sobre el tema para fundamentar verazmente la investigación.

1.8.4.1 Investigaciones cualitativas

De conformidad con la investigación realizada se ha comprobado que no existen investigaciones previas referentes al tema para el cantón Macará; no obstante, se han creado propuestas en otras áreas del sector turístico en los últimos cinco años siendo el más actualizado del año 2013 realizado por Mercedes Armijos y Nidia Ojeda de la Universidad Nacional de Loja llamado “Elaboración de una Guía Turística de los cantones fronterizos Macará y Zapotillo” , y es referente a la creación de una guía turística de Macará conjuntamente con Zapotillo para impulsar el turismo en estos dos cantones de la provincia de Loja.

Asimismo, en el año 2013 Sara Cabrera de la Universidad Nacional de Loja desarrolló un proyecto con el nombre de “Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Agencia de Viajes en el cantón Macará” para la viabilidad de la creación de una agencia de viajes en Macará en el cual se manifiesta los atractivos del cantón, propuestas de posibles paquetes y la necesidad de un catastro actualizado para desarrollar la actividad; de igual manera, la estudiante Ana Bravo de la Universidad Técnica Particular de Loja en el año 2010 plasmó una investigación referente a los recursos gastronómicos con los que cuenta la localidad, su utilidad, sus beneficios nutricionales y finalmente elaboró propuestas para promocionar la gastronomía local y una propuesta de desayunos escolares para los niños del lugar titulado “ Investigación y puesta en valor de los recursos gastronómicos del Ecuador, provincia de Loja cantón Macará”.

Por lo tanto, el presente tema contribuye a profundizar el estudio sobre el desarrollo del turismo dentro de la localidad mencionada y en el campo turístico permite la toma de decisiones acertadas minimizando los errores o el fracaso al intentar desarrollar una propuesta turística en beneficio de una comunidad.

1.8.4.2 Investigaciones cuantitativas

Para desarrollar esta investigación se debe tomar en cuenta datos relevantes respecto al turismo y al tráfico fronterizo de las personas.

Se tomará como referencia datos de Perú por ser el que comparte la frontera con la localidad en cuestión. Durante el 2014 de acuerdo con el Ministerio de Turismo Perú fue el tercer país con más visitantes en Ecuador con el 11 % aproximadamente 175 678 turistas; asimismo el 18 % de los ecuatorianos que salieron del país visitaron Perú. La jefatura de Migración de Macará registro aproximadamente a 12 391 turistas que ingresaron a la provincia en el 2014, y se contabilizaron 41 973 ecuatorianos que salieron hacia el Perú, entonces, se puede decir que se ha dinamizado el turismo entre los dos países, con mayor beneficio para el país vecino. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015)

Por otro lado, el Instituto Nacional de Estadística y Censos detalla que los datos de Migración reflejan que en el 2014 salieron del Ecuador hacia Perú aproximadamente 227 676 ecuatorianos y entraron 226 410. En cuanto a las entradas de peruanos, ingresaron al país 306 367 y salieron 291 256. De acuerdo con la Jefatura de Migración de Macará en el año 2014 entraron 33 727 ecuatorianos por la frontera y 12 391 extranjeros, y salieron 33 903 ecuatorianos y 15 559 extranjeros. Macará fue la cuarta jefatura de mayor tráfico de nacionales y extranjeros durante el 2014. (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2014)

1.9 Marco Conceptual

Análisis: Examen que se hace de una obra, de un escrito o de cualquier realidad susceptible de estudio intelectual. (Real Academia Española de la Lengua)

Atractivo Turístico: “Son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un país y que constituyen la principal atracción del turista.”(Jiménez.1986)

Cliente: “Es el comprador potencial o real de los productos o servicios” (American Marketing Association -AMA, 2015)

Competencia: Situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio. (Real Academia Española de la Lengua)

Cultura: “Es el sistema de creencias, valores, costumbres, conductas y artefactos compartidos, que los miembros de una sociedad usan en interacción entre ellos mismos y con su mundo, y que son transmitidos de generación en generación a través del aprendizaje” (Plog, Jolly, Bates, 1976)

Demanda: “Un conjunto de comportamientos observables que están causalmente relacionados con un desempeño bueno o excelente en un trabajo concreto y en una organización concreta” (Berrocal, 1999)

Demografía: “Es la ciencia que estudia estadísticamente la estructura y dinámica de las poblaciones, así como las leyes que rigen estos fenómenos.” (Valero, 2013)

Distribución: “Es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo, siendo su función poner el producto a disposición del consumidor final en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo.” (De La Colina, 2009)

Economía: “Es el estudio del modo en que la sociedad gestiona sus recursos” (N Gregory Mankiw, Hilda Peña-Alfaro, David Peña-Alfaro, Malú Fairchild, 2009)

Frontera: “La línea que marca el límite exterior del territorio de un Estado, es decir, la línea que determina el ámbito espacial donde un Estado ejerce su soberanía con exclusión de otros” (López, 2007)

Geografía Física: “La unificación de un conjunto de ciencias de la Tierra que se encargan de estudiar las bases físico - naturales de la Geografía General.” (Alan Strahler, Arthur Newell Strahler, 2006)

Globalización: “Concepto que pretende describir la realidad inmediata como una sociedad planetaria, más allá de las fronteras, barreras arancelarias, diferentes étnicas, credos religiosos, ideologías políticas, y condiciones socio-económicas y culturales.” (Miguel Acerenza, Cees BM Van Riel, JM Rrosemborg, Cambiace Laberte, Manuel Gurria, José Barquero, Francisco Escudero, 1984)

Hidrografía: “La descripción, investigación y cartografía de los océanos, mares, lagos, lagunas, ríos, entre otros cuerpos de agua e incluye también el estudio de mareas, corrientes, vientos y demás fenómenos hidro-meteorológicos.” (Bastidas, 2007)

Investigar: “La búsqueda de conocimientos y verdades que permitan describir, explicar, generalizar y predecir los fenómenos que se producen en la naturaleza y en la sociedad.... es una fase especializada de la metodología científica.” (Santiago Zorrilla y Miguel Torres, 1993)

Mercado: “Es la función que vincula a los consumidores, clientes y público con el mercadólogo mediante información que sirva para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing”. (Malhotra, 2004)

Oferta: “El número de unidades de un producto que será puesto en el mercado durante un periodo de tiempo.” (American Marketing Association -AMA, 2015)

Orografía: Conjunto de montes de una comarca, región, país, etc. (Real Academia Española de la Lengua)

Población: “Conjunto de seres que poseen la característica o evento a estudiar y que se enmarcan dentro de los criterios de inclusión.” (Barrera, 2008)

Política: “El conjunto de criterios generales que establecen el marco de referencia para el desempeño de las actividades en materia de obra y servicios relacionados con la misma. Constituirán el instrumento normativo de más alta jerarquía en la materia al interior de la universidad y servirá de base para la emisión de los lineamientos.” (Universidad Autónoma de México, 1998)

Precio: “Es la cantidad de dinero que el comprador desembolsa a cambio de un producto del cual espera que le proporcione unas ventajas y satisfacciones que compensen el sacrificio que representa el gasto realizado.” (De La Colina, 2009)

Producto: “Es el conjunto de atributos tangibles e intangibles que incluyen también el embalaje, que el comprador acepta como algo que satisface sus deseos y necesidades” (Stanton William, 2007)

Proveedor: “Organización o persona que proporciona un producto o servicio.” (Perez, 2009)

Recurso: “Los recursos son los elementos, capacidades y factores, tangibles e intangibles que planifican y/o disponen las organizaciones en un momento determinado para la ejecución de diferentes procesos.” (Mondino, 2012)

Sociedad: Agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida. (Real Academia Española de la Lengua)

Tecnología: “La aplicación práctica de las posibilidades científicas o técnicas para lograr las características de desempeño en los productos y procesos.” (Profesores UNAM)

Tránsito: “Paso de mercancías extranjeras a través del país cuando éste forma parte de un trayecto total comenzado en el extranjero y que debe ser terminado fuera de sus fronteras. Igualmente se considera como tránsito de mercancías el envío de mercancías extranjeras al exterior que se hubieren descargado por error u otras causas calificadas en las zonas primarias o lugares habilitados, con la condición de que no hayan salido de dichos recintos y que su llegada al país y su posterior envío al exterior se efectúe por vía marítima o aérea.” (Centro de Logística y Soluciones Aduanales, 2015)

Tráfico Fronterizo: “Los desplazamientos efectuados de una parte a otra de la frontera aduanera por personas residentes en una de las zonas fronterizas adyacentes.” (Centro de Logística y Soluciones Aduanales, 2015)

Turismo: “Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”. (Organización Mundial del Turismo -OMT, 2007)

Turismo Receptor: “Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.” (Organización Mundial del Turismo -OMT, 2007)

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Para el diagnóstico situacional se va a realizar un análisis de los factores internos y externos para identificar la influencia de estos en el desarrollo de la actividad turística.

2.1 Análisis externo

En el análisis externo se podrá establecer los elementos del macro ambiente y micro ambiente que afectan al impulso del turismo en la localidad.

2.1.1 Macroambiente

Para el macroambiente, los componentes macros del análisis externo como economía, geografía, política, sociocultural y legal serán abordados para determinar el impacto de los mismos sobre la influencia que ejerce sobre el turismo que se pretende desarrollar en el cantón.

2.1.1.1 Entorno Económico

Se analizará los diferentes elementos referentes a la economía tanto de Ecuador como de Perú que puedan influir en el progreso de la actividad turística en Macará.

2.1.1.1.1 Renta Per Cápita

El análisis de la renta per cápita es útil para establecer el ingreso promedio por habitante dentro de un país y a través de ello percibir el poder adquisitivo de los habitantes.

Para este estudio se ha considerado la visión del Banco Mundial a través del Índice Nacional Bruto (INB) tanto de Ecuador como prestador de servicios y de Perú como emisor de turistas.

INB Per cápita de Ecuador:

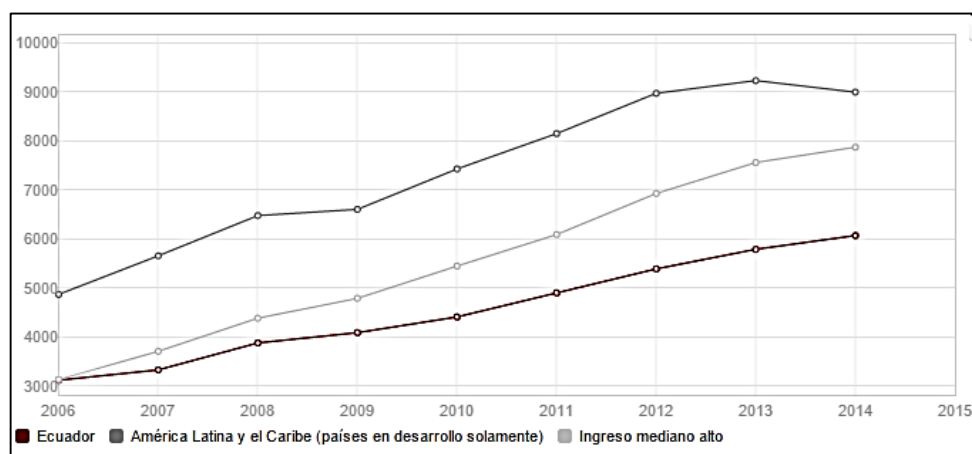


Figura 7 INB per cápita de Ecuador, método Atlas.

Fuente: (Banco Mundial, 2015)

De acuerdo con datos del Banco Mundial, Ecuador conforme pasan los años ha ido aumentando el valor del INB teniendo así que el año 2013 estaba en 5 790 dólares aproximadamente y en el año 2014 alcanzó aproximadamente 6 070 dólares lo cual representa un crecimiento del 4,57 %. Asimismo, refleja que la tendencia es al alza.

INB Per Cápita de Perú:

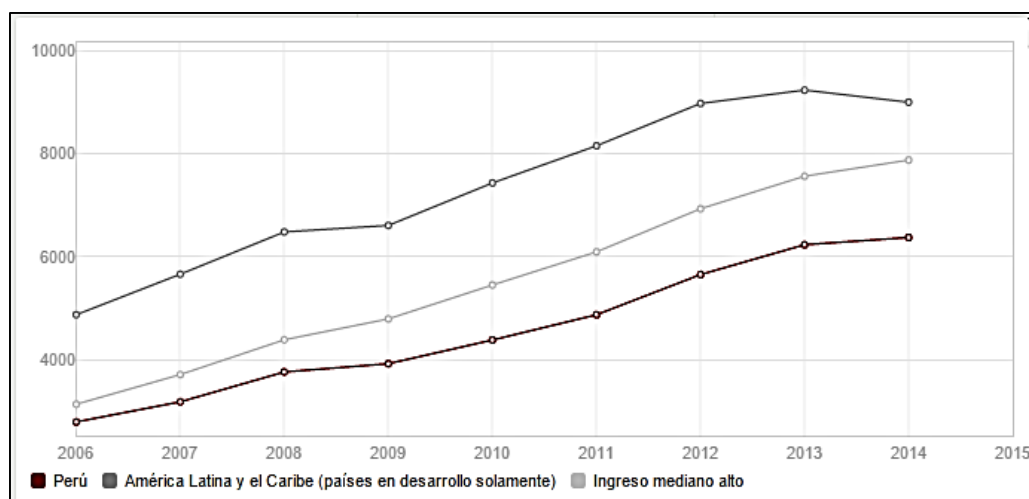


Figura 8 INB per cápita de Perú, método Atlas.

Fuente: (Banco Mundial, 2015)

El INB de Perú alcanzó un valor de 6 230 dólares en el 2013 y para el 2014 llegó hasta 6 370 dólares, lo cual significa que tiene una tendencia al alza tal y como se visualiza en el gráfico.

Entonces, se puede notar que el Perú tiene una INB superior al Ecuador lo cual lo convierte en un potencial emisor turístico para las localidades fronterizas como

Macará puesto que los visitantes tendrían una mayor capacidad de gasto sin tomar en cuenta la moneda.

2.1.1.1.2 Tasa de desempleo

Este indicador económico permite vislumbrar la realidad del país en el plano laboral logrando puntualizar las necesidades del mismo y por ende de la localidad.

Para este análisis se ha tomado como referencia los datos del Banco Central del Ecuador (BCE) respecto al desempleo que se realizan mediante una evaluación de manera trimestral.

Tabla 1

Tasa de Desempleo Anual 2013-2015

| TRIMESTRE | AÑOS | | |
|-----------|-------|-------|-------|
| | 2013 | 2014 | 2015 |
| I | 4,64% | 5,60% | 4,84% |
| II | 4,89% | 5,71% | 5,58% |
| III | 4,55% | 4,65% | 5,48% |
| IV | 4,86% | 4,54% | 0,00% |

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

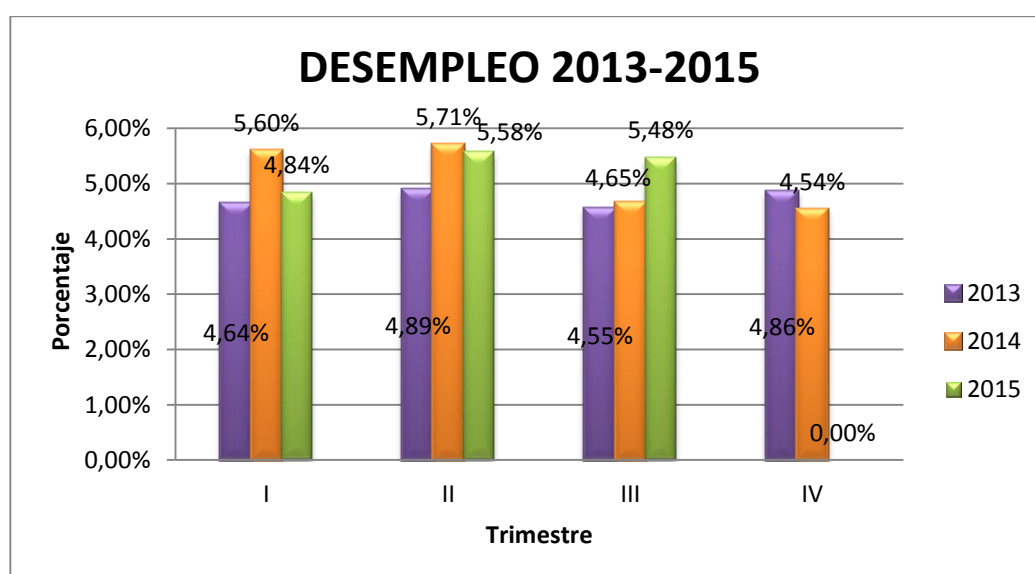


Figura 9 Tasa de desempleo 2015

De acuerdo a los datos, la tasa de desempleo ha variado continuamente los últimos tres años. Para el 2013 la tasa ha tenido una fluctuación mínima manteniendo entre 4,64 % y 4,86 %, el 2014 empieza con un alto 5,60 % en el I trimestre continúa aumentando hasta 5,71 % que es mayor porcentaje registrado en el periodo 2013-2015 para luego empezar el descenso hasta el 4,54 % y en el 2015 empieza el I trimestre con un incremento de 0,40 %, hasta alcanzar el 5,58 % en el II trimestre y para el III trimestre desciende 0,10 %. De igual forma, se observa que el II Trimestre es el periodo de más alto desempleo. Se puede notar que el II trimestre tiene los índices más altos de desempleo y el IV trimestre los más bajos del periodo.

De acuerdo al INEC, en el VII Censo Nacional de la Población en Macará realizado en el 2010 se reveló que existe una tasa de desempleo de 3,19 %; es decir, aproximadamente 227 personas están desempleadas. (Hidalgo, 2014)

Comparado con la tasa de desempleo nacional del 2010, es mucho más baja puesto que la misma fluctuó entre 9,09 % y 6,11 %.

De tal manera, se deduce que la presente investigación es necesaria puesto que contribuirá a formular nuevas estrategias de desarrollo a través del impulso del turismo receptivo especialmente de turistas de Perú permitiendo la creación de fuentes de empleo que favorezcan la disminución de la tasa de desempleo en el cantón.

2.1.1.1.3 Tasa de inflación

El estudio de la tasa de inflación contribuye a identificar la disminución o aumento del valor de los productos y servicios; y por ende, el efecto en el poder adquisitivo de la población tanto de los ecuatorianos como de los turistas peruanos que visitan nuestro país.

Se ha tomado datos del BCE, en donde se expresa los siguientes porcentajes:

Tabla 2

Tasa de Inflación Anual

| | INFLACIÓN ANUAL | | |
|----------------|------------------------|-------------|-------------|
| MES | 2013 | 2014 | 2015 |
| Enero | 4,10% | 2,92% | 3,53% |
| Febrero | 3,48% | 2,85% | 4,05% |

CONTINÚA 

| | | | |
|-------------------|-------|-------|-------|
| Marzo | 3,01% | 3,11% | 3,76% |
| Abril | 3,03% | 3,23% | 4,32% |
| Mayo | 3,01% | 3,41% | 4,55% |
| Junio | 2,68% | 3,67% | 4,87% |
| Julio | 2,39% | 4,11% | 4,36% |
| Agosto | 2,27% | 4,15% | 4,14% |
| Septiembre | 1,71% | 4,19% | 3,78% |
| Octubre | 2,04% | 3,98% | 3,48% |
| Noviembre | 2,30% | 3,76% | - |
| Diciembre | 2,70% | 3,67% | - |

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

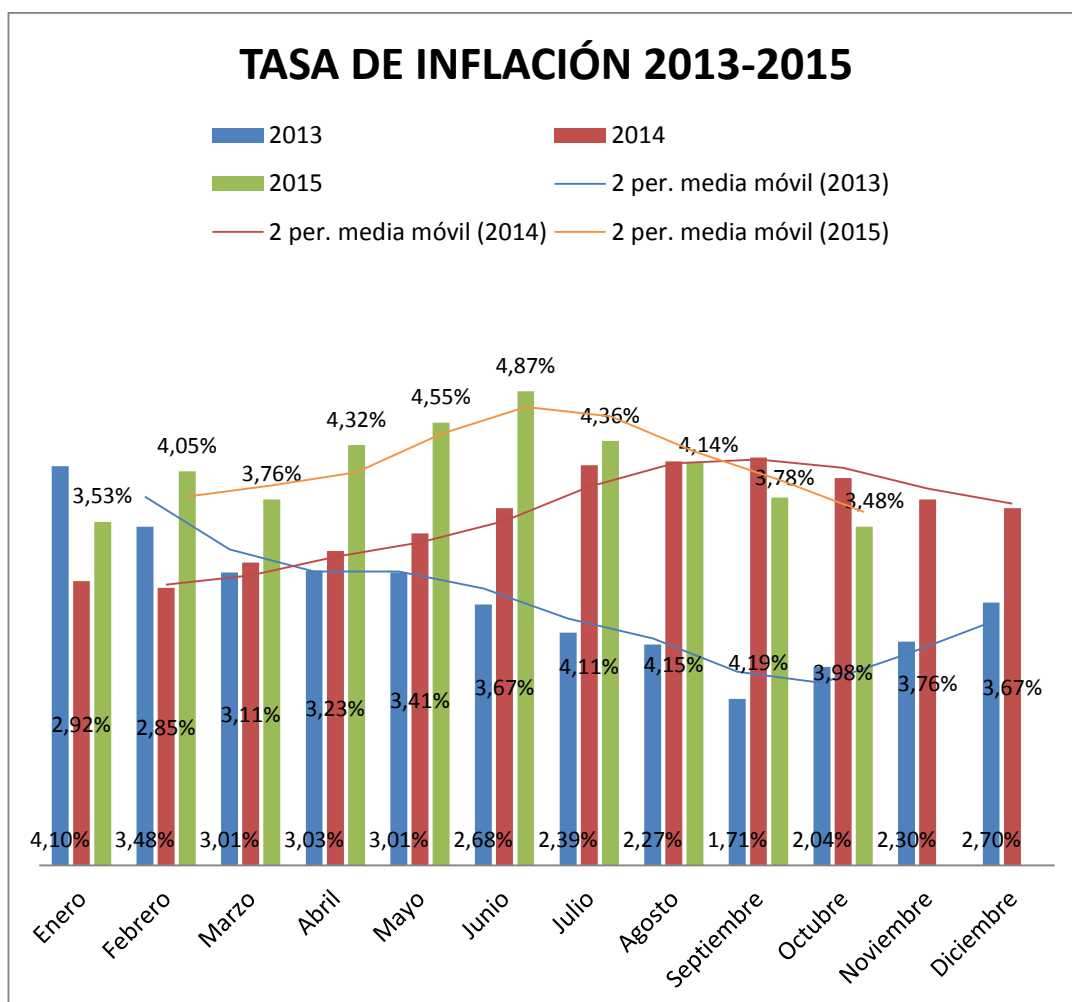


Figura 10 Datos de inflación de Ecuador 2013-2015.

La tasa de inflación en estos últimos tres años ha fluctuado mucho, puesto que para el 2013 la tendencia fue a la baja puesto que se iniciaba el año con un 4,10 % y terminaba con un 2,70 % bastante aceptable. Para el 2014 la tendencia fue a la alza alcanzando el 3,67 % al finalizar el año. El 2015 inició con un descenso a 3,53 %, sin embargo, en el mes de junio se obtuvo 4,87% de inflación siendo el valor más alto registrado desde 2013, afortunadamente nuevamente ha ido bajando hasta 3,48 % en el mes de octubre, según cifras oficiales.

Continuando con el análisis, es necesario examinar la estacionalidad de los turistas peruanos para determinar su capacidad de consumo en los meses de mayor afluencia. De acuerdo al Ministerio de Turismo los meses de mayor visita de turistas peruanos al país son enero, julio, octubre, noviembre y diciembre. (Ministerio de Turismo, 2015)

Observando las tendencias de estos meses en la Figura N. 10, se puede concluir que la mayoría tiene una fluctuación inestable; no obstante, tomando como referencia los datos del 2014, se espera que los últimos meses del año tengan una tendencia a la baja, tal y como lo refleja el último dato del mes de octubre.

Por lo tanto, la variación de la inflación provoca que no exista una certeza de lo que ocurrirá con los precios de los bienes y servicios dentro del país; pese a lo antes mencionado, si el declive continúa el Turismo en Macará se verá beneficiado ya que los visitantes peruanos podrán acceder a una mayor cantidad de servicios, contribuyendo así a intensificar el consumo de servicios dando pie a la creación de nuevos establecimientos que brinden servicios turísticos y fomentando el desarrollo turístico en la localidad.

2.1.1.1.4 Análisis del PIB

En este estudio, el Producto Interno Bruto (PIB) se analiza con el objetivo de establecer la variación en la producción de bienes y servicios en el sector turístico y su influencia en la economía ecuatoriana.

De acuerdo a datos del Banco Mundial, Ecuador durante el 2014 alcanzó un PIB de 100.5 mil millones de dólares.

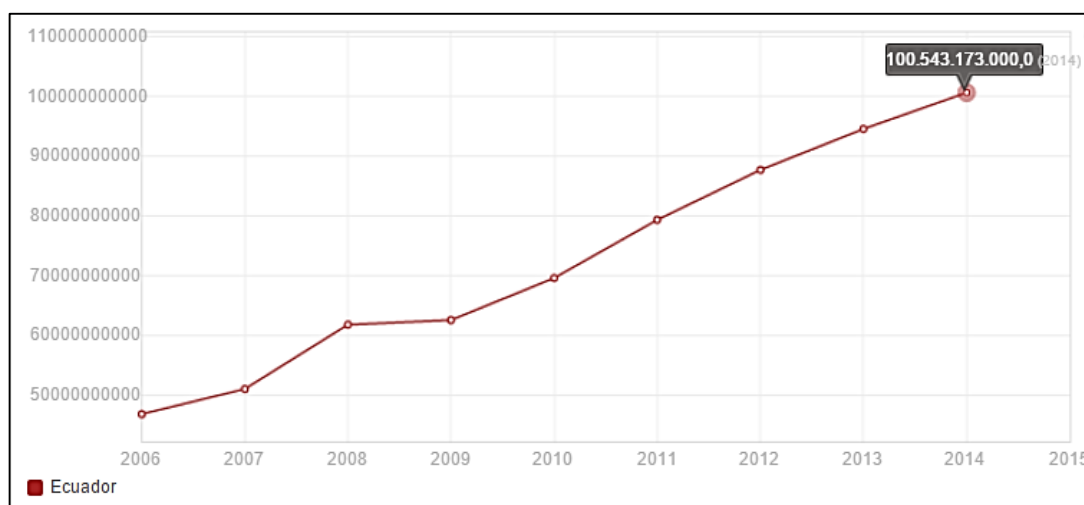


Figura 11 Producto Interno Bruto- Ecuador

Fuente: (Banco Mundial, 2015)

Tabla 3

Consumo Turístico Receptor en el PIB

| AÑOS | CONTUREC | PIB | PARTICIPACIÓN EN EL PIB (%) |
|------|----------|-----------|-----------------------------|
| 2010 | 786,5 | 69.555,4 | 1,1 |
| 2011 | 849,7 | 79.276,7 | 1,1 |
| 2012 | 1.038,8 | 87.623,4 | 1,2 |
| 2013 | 1.251,2 | 94.472,7 | 1,31 |
| 2014 | 1.487,2 | 100.543,2 | 1,5 |

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015)

De igual forma, el Ministerio de Turismo en el Boletín de Estadísticas Turísticas 2010-2014 señala que el Turismo Receptivo tuvo una participación de 1 487.2 millones de dólares en el PIB del 2014, aumentando en un 1,5 % más con respecto al 2013.

Analizando la información previa, el aumento de la participación del turismo receptivo en el PIB significa que existe un crecimiento en la comercialización de servicios turísticos lo que estimula la creación y mejoramiento de actividades y servicios relacionados al sector. Además, el incremento progresivo del PIB muestra que hay mayor producción de bienes y servicios lo que indirectamente incita al gasto de las personas que visitan Ecuador.

Por consiguiente, el crecimiento del PIB turístico receptivo afecta positivamente a la economía de Macará pues ofrece mayores oportunidades en el sector para la creación de productos, bienes y servicios para el consumo de los turistas que ingresan por la frontera internacional.

2.1.1.1.5 Balanza Comercial

En cuanto a la balanza comercial es referente a la entrada y salida exclusivamente de bienes, y permite determinar si la economía del país es autosuficiente o depende de las importaciones. En el turismo este registro tiene injerencia puesto que la actividad turística se ha convertido en un sector influyente que incentiva indirectamente al consumo de bienes.

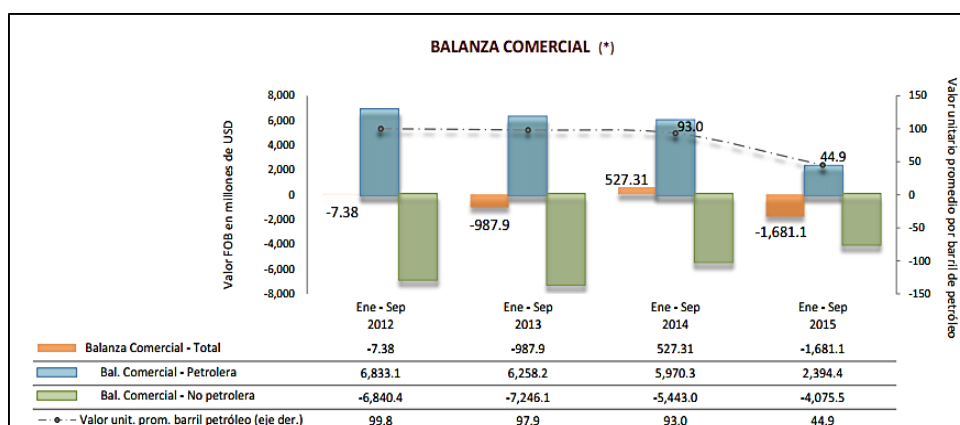


Figura 12 Balanza Comercial del Ecuador.

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

De acuerdo al análisis realizado por el Banco Central del Ecuador durante estos últimos años la balanza comercial petrolera ha decrecido en su valor anual pasando de 6 258.2 millones de dólares en el 2013, a USD 5 970.30 millones en el 2014 hasta contraerse a 2 394.4 millones, esta reducción se debe principalmente a la disminución del valor del petróleo. Contrario a ello, la balanza comercial no petrolera ha ido disminuyendo su déficit pues en el 2013 estaba en -7 246.1, para el 2014 llegó a -5 443 y en este año se mantiene en -4 075.5; sin embargo, su aporte no ha sido suficiente para obtener un saldo positivo en la balanza comercial total debido al peso que ejerce el petróleo en la economía ecuatoriana.

Para continuar, es ineludible estudiar el desenvolvimiento que ha tenido el turismo en estos años tomando como referencia la balanza turística elaborada por el Banco Central del Ecuador para el periodo 2010-2014.

Tabla 4

Balanza Turística

| AÑO | INGRESOS | % Var | EGRESOS | % Var. |
|------------|-----------------|--------------|----------------|---------------|
| 2014 | 1.487,20 | 18,9 | 1.018,20 | 3,2 |
| 2013 | 1.251,20 | 20,5 | 987,2 | 4,6 |
| 2012 | 1.038,80 | 22,3 | 943,6 | 3 |
| 2011 | 849,70 | 8,0 | 916,5 | 6,2 |
| 2010 | 786,60 | - | 863,4 | - |

Fuente: (Ministerio del Turismo del Ecuador, 2015)

Concerniente a la balanza turística se puede advertir que en el año 2010 los egresos sobrepasaron a los ingresos en más de 80 millones de dólares, en el 2011 el panorama no cambia pues el ingreso por turismo es de 849.7 millones y el egreso es de 916.5 millones, satisfactoriamente en el 2012 los ingresos de 1 038.8 millones son superiores a los egresos que alcanza 943.6 millones, para el 2013 el ingreso turístico obtiene 1 251.2 millones mientras que el egreso llega a 987. 1 millones y por último en el 2014 el ingreso llega a 1 487.2 millones excediendo al egreso que es de 1 018.20 millones.

Considerando la información previa, se puede suponer que el Turismo está en capacidad de convertirse en un sector autosuficiente debido al rápido crecimiento que muestra; no obstante, los valores recaudados por turismo no son lo suficientemente representativos para generar un consumo de bienes y servicios no-turísticos por parte de los visitantes.

En consecuencia, el rápido crecimiento de la balanza turística representa para el cantón Macará una situación conveniente que puede ser aprovechada tanto por los prestadores de servicios como por los nuevos empresarios para la implementación de servicios que interesen a los turistas peruanos promoviendo la creación de bienes de consumo que beneficien a la creciente economía macareña a largo plazo.

2.1.1.2 Entorno Sociocultural

La investigación en el plano social y cultural proporciona información referente a las necesidades, costumbres y gustos tanto de la población local como de los turistas que la visitan para crear nuevos proyectos que favorezcan el desarrollo social y la integración cultural.

2.1.1.2.1 Factores demográficos

Es relevante conocer las características generales de la población para definir las acciones que se van a tomar para mitigar los problemas socioculturales y mejorar la convivencia de la población.

2.1.1.2.1.1 Tamaño de la población y distribución

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda del 2010, en Ecuador son aproximadamente 15 millones de ecuatorianos, de los cuales 448 966 pertenecen provincia de Loja y dentro de esta estadística 19018 son del cantón Macará. (Insituto Nacional de Estadística y Censo, 2010)

De acuerdo con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará la distribución de la población en las distintas parroquias del cantón es la siguiente:

Tabla 5

Balanza Turística

| ZONAS | PARROQUIA | HOMBRES | MUJERES | TOTAL POBLACIÓN | % DEMOGRAFÍA |
|---------------------|------------------------|-------------|-------------|-----------------|---------------|
| 1 | Macará | 7959 | 7771 | 15730 | 82,71 |
| | Eloy Alfaro | | | | |
| 2 | Larama | 564 | 516 | 1080 | 5,68 |
| 3 | Sabiango (La Capilla) | 327 | 324 | 651 | 3,42 |
| 4 | La Victoria | 799 | 758 | 1557 | 8,19 |
| TOTAL CANTÓN | | 9649 | 9369 | 19018 | 100,00 |

Fuente: (Equipo Técnico de Planificación Cantonal- Macará, 2014)

Conforme a la Tabla N.5 se puede observar que el 82,71 % de la población se concentra en las parroquia Macará (Macará y Eloy Alfaro) ubicada en el área urbana mientras que en las parroquias rurales, La Victoria tiene el mayor porcentaje de habitantes con 8,19 %, seguido por Larama con el 5,68 % siendo así que la parroquia Sabiango es la menos habitada con un 3,42 %. Asimismo, es importante subrayar que en todas las parroquias el número de hombres es casi igual al de mujeres.

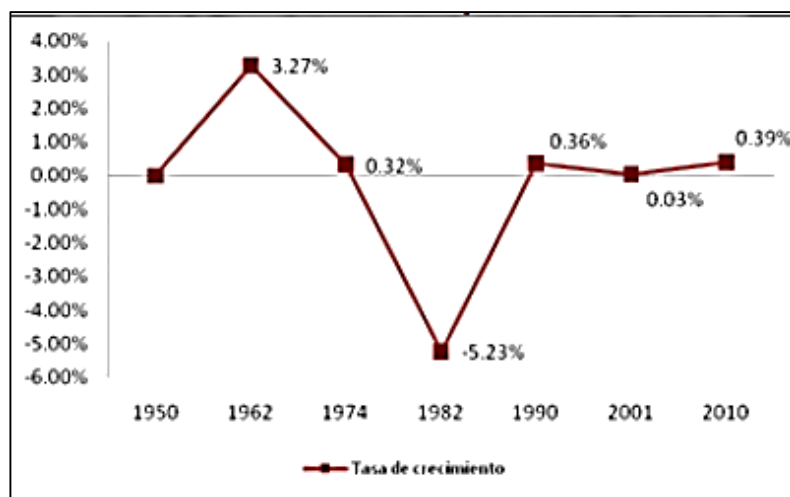


Figura 13 Tasa de Crecimiento Poblacional Cultural

Fuente: (Equipo Técnico de Planificación Cantonal- Macará, 2014)

Por otra parte, acorde al estudio realizado por la actual administración, el crecimiento poblacional es mínimo desde el 1990, ya que para ese año se encontraba 0,36 %, en el censo del 2001 se registró un 0,03 % de incremento y en el último censo poblacional se elevó hasta 0,39 %, considerándose porcentajes muy bajos de crecimiento poblacional.

Dando como resultado de la migración de las personas a grandes ciudades como: Loja, Quito y Guayaquil. Y algunos países, principalmente España y Estados Unidos. Entre los motivos primordiales de emigración se destaca por trabajo en un 83,90 %, el 3,58 % por estudio, el 10,57 % por unión familiar y el 1,95 % tiene otros motivos de salida; además, el 70 % de los habitantes que salen están entre los 15 a 29 años de edad. Relativo a esta información, se puede advertir que la migración ha ido descendiendo considerablemente desde el año 2002 que se registró el porcentaje más elevado de este periodo con el 20 %, a partir de ello ha decaído hasta llegar al 3,9 % en el 2011. (Equipo Técnico de Planificación Cantonal- Macará, 2014)

Para el desarrollo turístico del cantón el poco crecimiento poblacional es negativo puesto que el contingente humano que tiene la capacidad y habilidad de desarrollar la actividad tiene alta tendencia a emigrar del cantón provocando un estancamiento en la generación de ideas e innovaciones que favorecen al desarrollo turístico del cantón. Por otra parte, el continuo descenso de la migración beneficia la creación de proyectos para incentivar el turismo receptivo a través de los pobladores de la comunidad.

2.1.1.2.1.2 Distribución por edades

Es necesario conocer las edades del grupo humano a estudiar para reconocer las áreas prioritarias que requieren de mayor atención.

Conforme a datos estadísticos proporcionados por el INEC para el año 2011, la población de Macará está distribuida por edades de la siguiente manera:

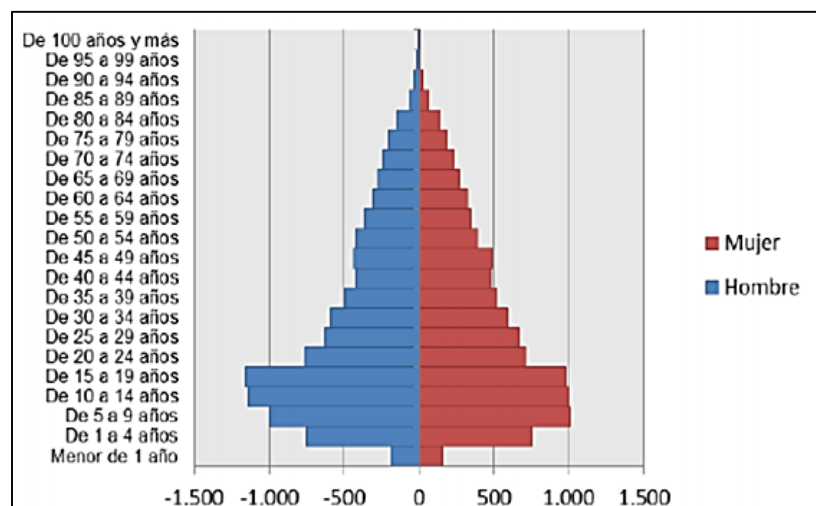


Figura 14 Población del cantón Macará según Sexo y Grupo de Edad

Fuente: (Equipo Técnico de Planificación Cantonal- Macará, 2014)

Considerando la figura N. 14, se vislumbra que la mayoría de los habitantes se encuentran entre 1 a 19 años; es decir, la población se encuentra conformada principalmente por niños y adolescentes que requieren de muchos servicios pero no aportan a la economía de la localidad; adicionalmente, existe un grupo considerable entre 20 a 64 años de personas que se encuentran dentro de la población económicamente activa del cantón que contribuye al desarrollo económico de la localidad.

De igual manera, se debe evaluar los grupos humanos que ingresan a la localidad desde el Perú, de acuerdo con el Ministerio de Turismo las edades de los visitantes están distribuidas así:



Figura 15 Edad- Perfil General del Turista - Perú

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015)

Conforme al análisis del MINTUR se puede notar que ingresan turistas de todas las edades, teniendo un mayor número de personas entre 50 a 64 años con un 31%, seguidos por las personas entre 25 a 34 años con un 23 %, de 35 a 49 años corresponde a un 22 %, de 15 a 24 años el 10%, entre 1 a 14 años un 9 % y por ultimo más de 65 años un 5 % del total.

La situación actual de la población local puede contribuir al desarrollo turístico puesto que una gran parte de las personas están en una edad productiva por lo tanto están en capacidad de prestar servicios a los turistas peruanos que ingresan al país, los mismos que en su mayoría se encuentran en una edad adecuada para realizar un alto gasto en productos, bienes y servicios. Es decir, con la creación de proyectos que fomenten el turismo receptivo se lograría dinamizar la economía en Macará.

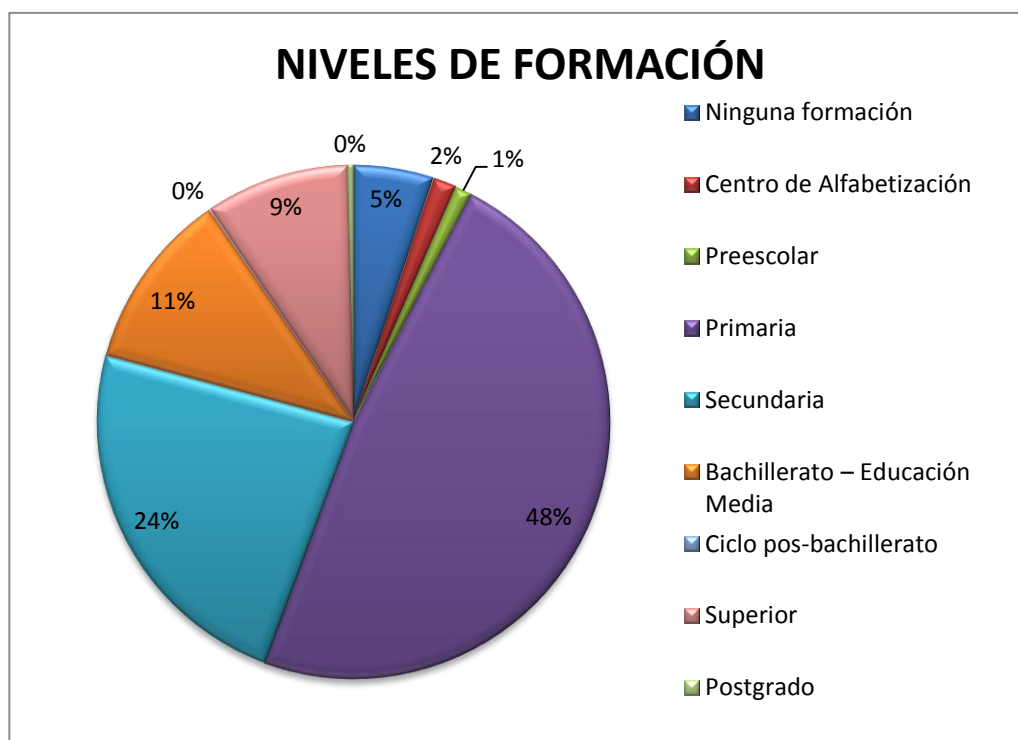
2.1.1.2.1.3 Niveles de formación

Es sustancial el estudio de la formación de los pobladores de Macará pues serán los encargados de prestar los servicios turísticos a los visitantes de Perú y es necesario comprender las oportunidades que este factor ofrece al desarrollo de la actividad. En las estadística censal cantonal realizada el 2011, el INEC ha recabado la siguiente información respecto a los niveles de formación en Macará.

Tabla 6**Niveles de Formación**

| FORMACIÓN | HABITANTES |
|--------------------------------|------------|
| Ninguna formación | 700 |
| Centro de Alfabetización | 205 |
| Preescolar | 148 |
| Primaria | 6684 |
| Secundaria | 3269 |
| Bachillerato – Educación Media | 1566 |
| Ciclo pos-bachillerato | 14 |
| Superior | 1264 |
| Postgrado | 51 |

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2011)

**Figura 16 Niveles de Formación – Macará**

Relacionado a los niveles de formación, se explica que casi la mitad de los pobladores han estudiado o están en la educación primaria con un 48 %, el 24% de la población ha cursado o está cursando niveles secundarios, el 11 % ha terminado el bachillerato, el 9 % tienen un título universitario, el 5% no tienen ninguna formación, el 2 % está en un centro de alfabetización y el 1% tiene un postgrado.

Los niveles de formación existentes en Macará brindan un panorama poco alentador para el desarrollo turístico puesto que en las condiciones actuales solo el 10 % de la población tiene los conocimientos necesarios que son útiles para la gestión de nuevas propuestas turísticas; no obstante, existe un contingente humano importante que puede considerarse operativo para el proceso de ejecución de alternativas de turismo.

2.1.1.2.1.4 Niveles de ingresos

Es indispensable evaluar el nivel de ingresos para determinar el nivel económico de los habitantes del lugar y, su capacidad de brindar y adquirir servicios de calidad.

De acuerdo al INEC en Ecuador el ingreso mensual por hogar es de 892,90 dólares en general; es decir, en los hogares de la zona urbana de 1 046 dólares y en la zona rural de 567 dólares. Por consiguiente se deduce que solo las personas que habitan en la zona urbana del cantón están en capacidad de cubrir la canasta básica ecuatoriana que son aproximadamente el 82 % de la población total de la localidad. (Instituto Nacional de Estadística y Censo - INEC, 2012)

Por otra parte, los pobladores se dedican a diferentes actividades que generan alrededor de 40 millones anuales en ingresos por ventas en cada uno de los sectores económicos que se desarrollan en Macará. Acorde al Censo de Población y Vivienda del 2010, el INEC destaca que este ingreso se distribuye de la siguiente manera:

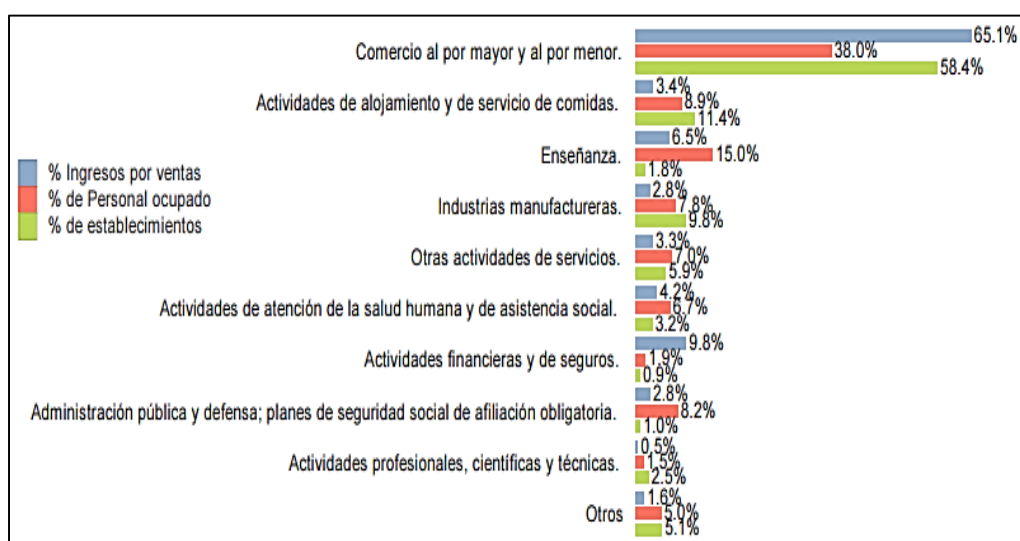


Figura 17 Principales actividades que generan mayor ingreso

Fuente: (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES, 2014)

Se puede observar que las actividades de alojamiento y servicio de comidas que son afines al sector turística, ocupan el tercer lugar entre las actividades más importantes del cantón puesto que representa 3,4 % de los ingresos por ventas, trabajan el 8,9 % de los pobladores que forman parte de la PEA (Población Económicamente Activa) y el 11,4 % de los establecimientos pertenecen al sector turístico.

Para el turismo es provechoso que los servicios turísticos ocupen un lugar importante entre las actividades de mayor penetración en la economía local debido a que se percibe un interés que puede ser extendido mediante la creación de oportunidades en el sector; además, los ingresos de la mayoría de la población superan la canasta básica lo cual significa que el aporte de este sector es positivo para los pobladores.

2.1.1.2.1.5 Grupos Étnicos

Los grupos étnicos se realizan tomando como referencia la auto-identificación de las personas, en el caso del cantón Macará es el siguiente de acuerdo al Censo Cantonal realizado por el INEC en el 2011.

Tabla 7

Etnias de acuerdo a la Auto identificación de los habitantes

| AUTO IDENTIFICACIÓN | HABITANTES |
|---------------------|------------|
| Indígenas | 27 |
| Afro-ecuatorianos | 806 |
| Montubio | 63 |
| Mestizos | 17202 |
| Blancos | 802 |
| Otra etnia | 28 |

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2011)



Figura 18 Grupos Étnicos de Macará

Observando la figura N.18, el 91 % de las personas se autodenominan mestizas, el 4 % afro-ecuatorianos, 4 % blancos y el 1% restante se dividen en montubios, indígenas y otras etnias.

Para las diversas etnias que conviven en el cantón, el turismo es una oportunidad de integración especialmente con aquellos grupos minoritarios brindándoles la posibilidad de tener una mayor participación en las actividades turísticas que se realicen en el cantón.

2.1.1.3 Entorno Geográfico

Es significativa la definición de los aspectos geográficos tanto del país como del cantón para evaluar la incidencia de los mismos en el trabajo de investigación.

2.1.1.3.1 Ubicación geográfica país

Ecuador está ubicado en las costas del Océano Pacífico en América del Sur, limita al norte con Colombia, al Sur con Perú, al Este con Colombia y Perú y al

Oeste con el Océano Pacífico. Tiene una extensión de 256 370 Km² y está compuesto por cuatro regiones naturales: Costa, Sierra, Oriente y Galápagos.



Figura 19 Mapa de Regiones del Ecuador

Fuente: (Camara Provincial de Turismo - CAPTUR, 2015)

La provincia de Loja pertenece a la región Sierra y es la última provincia de la región ubicada al Sur del Ecuador, tiene una extensión de 11 100 km², limita al Norte con Azuay y El Oro, al Sur con el Perú, al este con Zamora Chinchipe y al Oeste con Perú. Se divide en 16 cantones: Calvas, Paltas, Olmedo, Loja, Chaguarpamba, Pindal, Celica, Amaluza, Sozoranga, Gonzanama, Catamayo, Saraguro, Puyango, Espíndola, Quilanga y Macará.

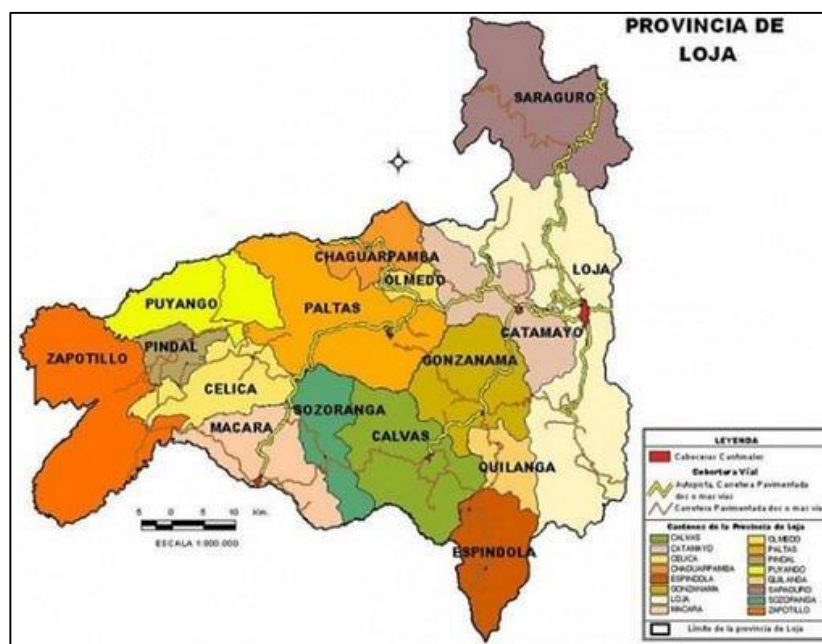


Figura 20 Mapa Político de Loja

Fuente: (Mapas Ecuador, 2015)

La investigación se pretende desarrollar en el cantón Macará el mismo que limita al norte con Celica y Sozoranga, al sur con el país de Perú, al este con el cantón Sozoranga y al oeste con Zapotillo y Celica. Tiene una extensión de 578 Km² y está conformado por cuatro parroquias La Victoria, Larama, Sabiango y Macará (Macará y Eloy Alfaro).

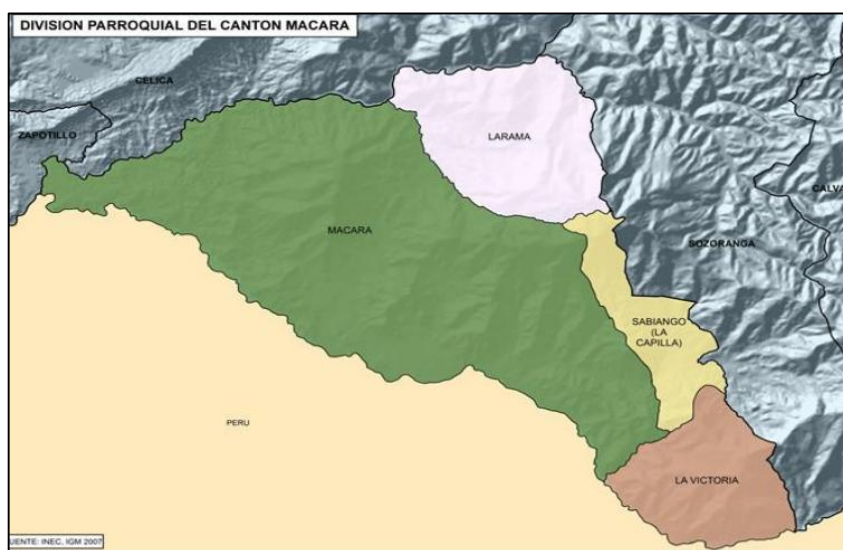


Figura 21 División Parroquial del Cantón Macará

Fuente: (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES, 2014)

2.1.1.3.2 Hidrografía

Ecuador es conocido por tener una red hidrográfica bastante amplia, que abarca todas las provincias y específicamente cada uno de los cantones que las componen.

De acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del 2011, Macará está compuesta por una gran cantidad de micro cuencas que se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 8

Detalle de sub-cuencas hidrográficas del cantón Macará

| Sub cuenca hidrográfica | Superficie (ha) | % del Territorio | Micro cuencas abastecedora de agua | Área | Cuenca donde deposita las aguas |
|-------------------------|-----------------|------------------|------------------------------------|---------|---------------------------------|
| Río Macará | 36990,95 | 63,88% | Quebrada Laguar | 2367,32 | Cuenca del Río Catamayo-Chira |
| | | | Quebrada Machanguilla | 5783,63 | |
| | | | Quebrada Mandala | 3037,79 | |
| | | | Quebrada Jorupe | 2145,47 | |
| | | | Quebrada Potrerillos | 1770,85 | |
| | | | Quebrada Senegal | 1455,43 | |
| | | | Quebrada Grande | 2440,74 | |
| | | | Quebrada Angashcola | 2311,44 | |
| | | | Drenajes Menores Río Macará | | |
| Río Catamayo | 20916,27 | 36,12 | Quebrada Algodonal | 2411,12 | Cuenca del Río Catamayo-Chira |
| | | | Quebrada Matadero | 8113,7 | |
| | | | Quebrada Naranjito | 1384,72 | |
| | | | Quebrada Guallanama | 1856,7 | |
| | | | Quebrada Lubushco | 16,74 | |
| | | | Drenajes Menores Río Catamayo | 7133,32 | |

Fuente: (Equipo Técnico de Planificación Cantonal- Macará, 2014)

Macará está conformado por dos sub cuencas externas: la sub-cuenca del río Macará que cubre 63,88% que son 36 990.95 y la sub-cuenca del río Catamayo que abarca 36,12 % representada en 20 916.27 ha. Entre las principales micro-cuencas que las abastecen están: El Algodonal, Laguar, Senegal, Potrerillos, Machanguilla, Matadero, Grande, Jorupe, Angashcola, Guallanama, Mandalá, Llubushco, Naranjito, Jorupe, entre otras.

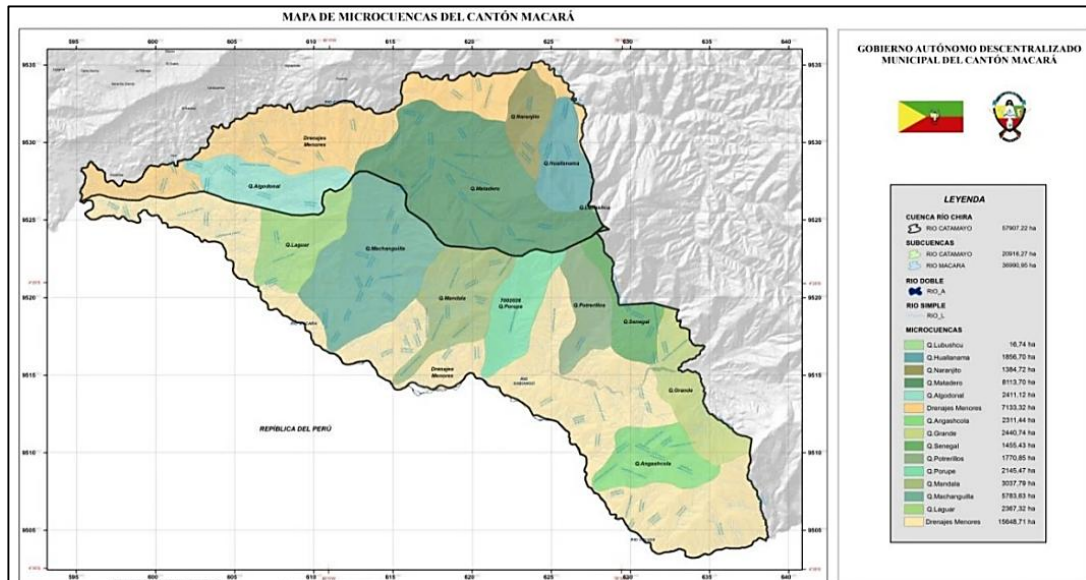


Figura 22 Mapa de Micro cuencas del Cantón Macará

Fuente: (Equipo Técnico de Planificación Cantonal- Macará, 2014)

2.1.1.3.3 Orografía

El relieve del cantón Macará es bastante complejo puesto que pertenece al Sistema Montañoso Austral, entonces tiene una altitud desde los 295 m.s.n.m. al occidente hasta los 2640 m.s.n.m al oriente. Su territorio está compuesto por relieves de tipo tectónico erosivo, que de acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento del cantón Macará se distribuyen a lo largo del terreno de la localidad de la siguiente manera:

Tabla 9

Relieves del cantón Macará

| Relieves del cantón Macará | | | |
|----------------------------|-----------------|------------|----------------------------------|
| RELIEVE | SUPERFICIE (HA) | PORCENTAJE | CARACTERÍSTICAS |
| Montañoso | 34589,94 | 60,23% | Desniveles que sobrepasan 300 m. |
| Colinado muy alto | 5709,11 | 9,94% | Desniveles entre 200 a 300 m. |
| Colinado Alto | 6388,45 | 11,12% | Desniveles hasta 200 m |
| Coluvión Antiguo | 3362,67 | 5,85% | Desnivel relativo de 5 a 15 m. |

Fuente: (Equipo Técnico de Planificación Cantonal- Macará, 2014)

El 69,23 % del territorio está cubierto por un relieve montañoso, el 11,12 % por un colinado alto, el 9,94 % por un relieve colinado muy alto y el 7 % por un coluvión antiguo.

De igual forma, se puede observar el mapa donde se muestra la localización de los diferentes relieves.

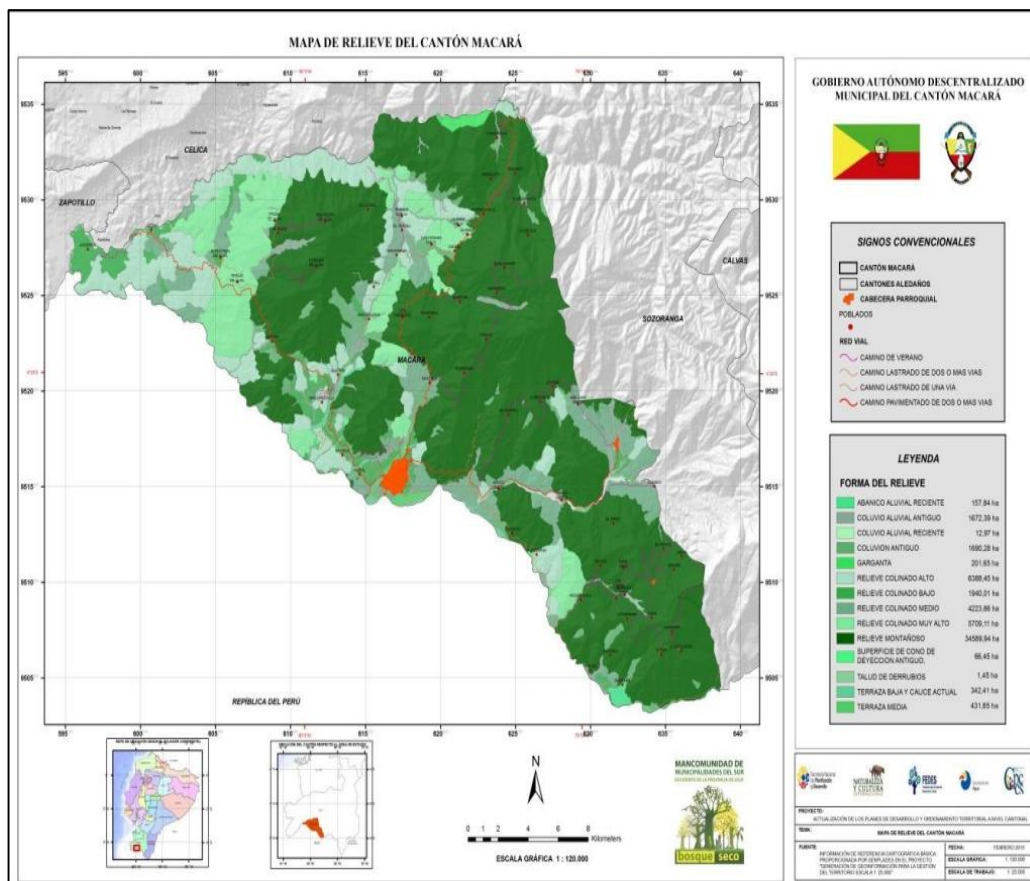


Figura 23 Relieve del cantón Macará

Fuente: (Equipo Técnico de Planificación Cantonal- Macará, 2014)

2.1.1.3.4 Clima

En Macará el clima es considerado como Tropical con Verano Seco, por lo tanto se divide en dos tipos de clima:

Tabla 10

Tipos de clima del cantón Macará

| TIPO DE CLIMA | EXTENSIÓN | % | PARROQUIAS | PRECIPITACIÓN ANUAL | TEMPERATURA |
|------------------------------------|--------------|-------|------------------------------|---------------------|--------------|
| Ecuatorial Megatérmico Seco | 46 166,49 Ha | 79,76 | Sabiango Larama Macará | 500 a 1000 mm | 22° a 30° C. |
| Ecuatorial Mesotérmico Semi Húmedo | 11 711,17 Ha | 20,23 | La Victoria Larama | 500 a 2000 mm | 10° a 20° C. |

Fuente: (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará 2014, 2014)

El clima de mayor impacto dentro del cantón es el ecuatorial megatérmico seco que cubre el 79,76 % del territorio cantonal, está presente en tres parroquias y genera una temperatura de 22 ° a 30 ° C. Al contrario, el clima ecuatorial mesotérmico comprende el 20,23 % de la localidad abarcando a dos parroquias y causando una temperatura de 10 ° a 20 ° C.

En el siguiente mapa se puede visualizar las zonas que cubre cada una de los climas.

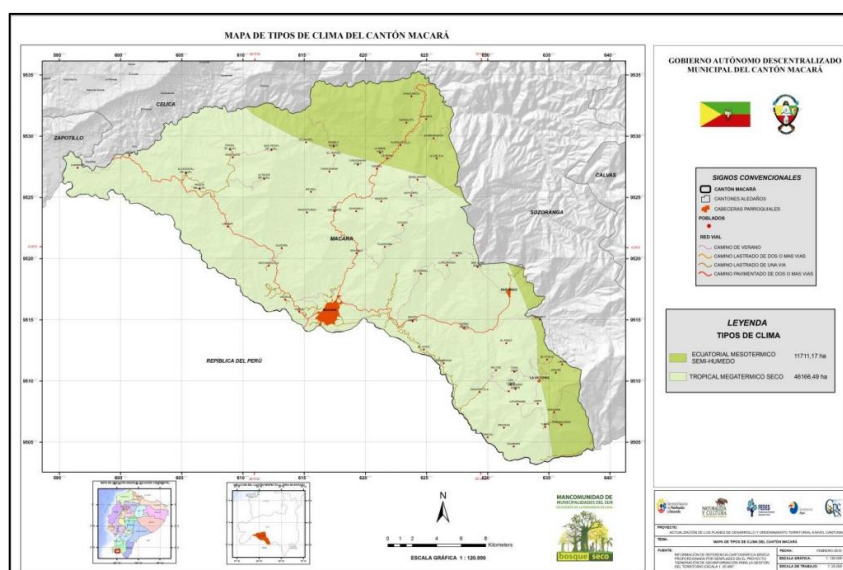


Figura 24 Mapa de tipos de clima del cantón Macará.

Fuente: (Mancomunidad Bosque Seco 2014, 2014)

También es necesario mencionar, que a pesar de no tener costa se ve influenciado por la fuerza de la Corriente del Niño que provoca un sistema pluvial riesgoso. Generando que el periodo más frío sea de mayo a septiembre y el periodo más cálido del mes de octubre a abril con una humedad del 60% anual. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará 2011, 2011)

2.1.1.3.5 Infraestructura Vial

La principal vía de conectividad del cantón Macará es la carretera Panamericana que lo articula con el cantón Paltas, Sozoranga, Catamayo y Loja.

Los diferentes circuitos viales que enlazan al cantón Macará con Loja son los siguientes:

Tabla 11

Rutas de viabilidad del cantón Macará

| RUTA DE VIABILIDAD ENTRE CANTONES | | |
|--|---|----------------|
| ORIGEN | RUTA INTERMEDIA | DESTINO |
| Macará | Sozoranga- Cariamanga- Gonzanamá- Catamayo | Loja |
| Macará | Catacocha- Catamayo | Loja |

Fuente: (Mancomunidad Bosque Seco 2014, 2014)

Existen 2 rutas que permiten que el cantón Macará se comunique con el cantón Loja. La primera partiendo de Macará atravesando cuatro cantones hasta llegar a Loja y la segunda circulando por el cantón Paltas y el cantón Catamayo antes de arribar a Loja.

De igual forma, dentro del cantón existen diversas conexiones viales que conectan a las parroquias entre sí.

Tabla 12

Sistema Vial Urbano del cantón Macará

| SISTEMA VIAL URBANO (Cabeceras parroquiales) | | | | | | |
|--|--------------------|--------------|---------|--------|----------|-----------|
| PARROQUIAS | LONGITUD TOTAL, Km | LONGITUD, Km | | | | |
| | | ADOQUINADO | ASFALTO | TIERRA | LASTRADO | CHAQUIÑAN |
| La Victoria | 81,65 | 1,22 | 0,00 | 16,27 | 23,86 | 40,29 |
| Sabiango | 63,02 | 21,14 | 5,99 | 8,48 | 6,02 | 21,38 |
| Larama | 64,93 | | 12,73 | 18,92 | 7,61 | 25,66 |
| Macará- Eloy Alfaro | 451,24 | 0 | 53,753 | 261,79 | 31,504 | 104,198 |
| TOTAL | 660,84 | 22,36 | 72,473 | 305,46 | 68,99 | 191,528 |

Fuente: (Equipo Técnico de Planificación Cantonal- Macará, 2014)

Conforme la Tabla N.12, se observa que la longitud total de las carreteras es de 660. 84 kilómetros en todo el cantón, de las cuales 81, 65 km están en La Victoria, 63.02 en Sabiango, 64.93 Km en Larama y 451.24 Km en Macará. Igualmente, el 22.36 Km están adoquinados, 72.47 km cuentan con asfalto, 305. 45 km son de tierra, 68.99 tienen lastrado y 191.52 km son considerados chaquiñanes.

El siguiente mapa muestra la ubicación de cada una de las vías internas del cantón.

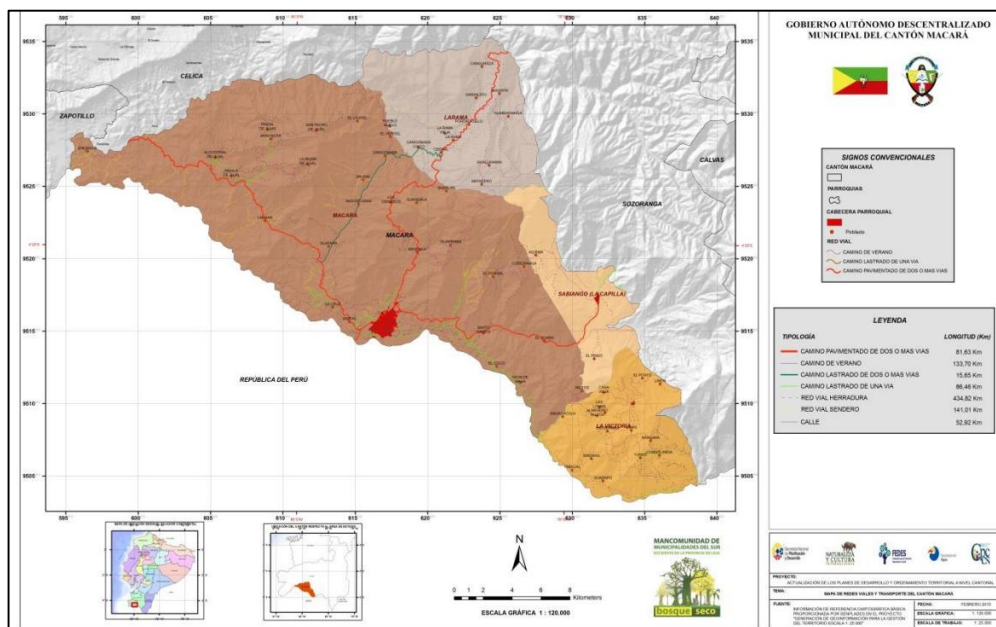


Figura 25 Mapa de Redes Viales y Transporte del cantón Macará

Fuente: (Mancomunidad Bosque Seco 2014, 2014)

Entonces, la inexistente conexión vial limita el desarrollo económico con Perú pues los ejes principales se encuentran desatendidos agravando el problema del sistema vial. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará 2014, 2014)

Para el turismo resulta negativa la falta de comunicación vial con Perú pues dificulta la accesibilidad de los turistas a los servicios turísticos ofrecidos por el cantón.

2.1.1.3.6 Servicios Básicos

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda realizado por el INEC en el 2010, el acceso a los servicios básicos se encuentra así:

Tabla 13

Acceso a servicios básicos en las viviendas

| ACCESO A SERVICIOS PÚBLICOS BÁSICOS EN LAS VIVIENDAS DEL CANTÓN MACARÁ | | | | | | | |
|---|-----------------|---------|-----------|---------------------|------|--------|-----------|
| PARROQUIA | N. DE VIVIENDAS | | | | NTV | NTVSPB | PASPB (%) |
| | A. POT. | ALCANT. | E. ELECT. | R. DESECHOS SOLIDOS | | | |
| Macará y Eloy Alfaro (área Urbana) | 3087 | 2678 | 3074 | 2867 | 3113 | 2585 | 83,04 |
| Macará y Eloy Alfaro (área Rural) | 739 | 18 | 644 | 17 | 757 | 2 | 0,26 |
| La Victoria | 393 | 45 | 332 | 0 | 403 | 0 | 0,00 |
| Larama | 227 | 13 | 214 | 23 | 228 | 12 | 5,26 |
| Sabiango | 194 | 113 | 184 | 118 | 195 | 97 | 49,74 |
| TOTAL CANTÓN | 4640 | 2867 | 4448 | 3025 | 4696 | 2696 | 57,41 |
| NTV: NÚMERO TOTAL DE VIVIENDAS PARTICULARES OCUPADAS CON PERSONAS PRESENTES | | | | | | | |
| NTVSPB: N. TOTAL DE VIVIENDAS QUE CUMPLEN LAS CUATRO CONDICIONES DE SERVICIOS PÚBLICOS | | | | | | | |
| PASPB: PORCENTAJE DE VIVIENDAS CON ACCESO A TODOS LOS SERVICIOS PÚBLICOS BÁSICOS | | | | | | | |

FUENTE: (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará 2014, 2014)

Para una mejor visualización de la información más relevante de la tabla anterior, se ha elaborado un gráfico de barras.

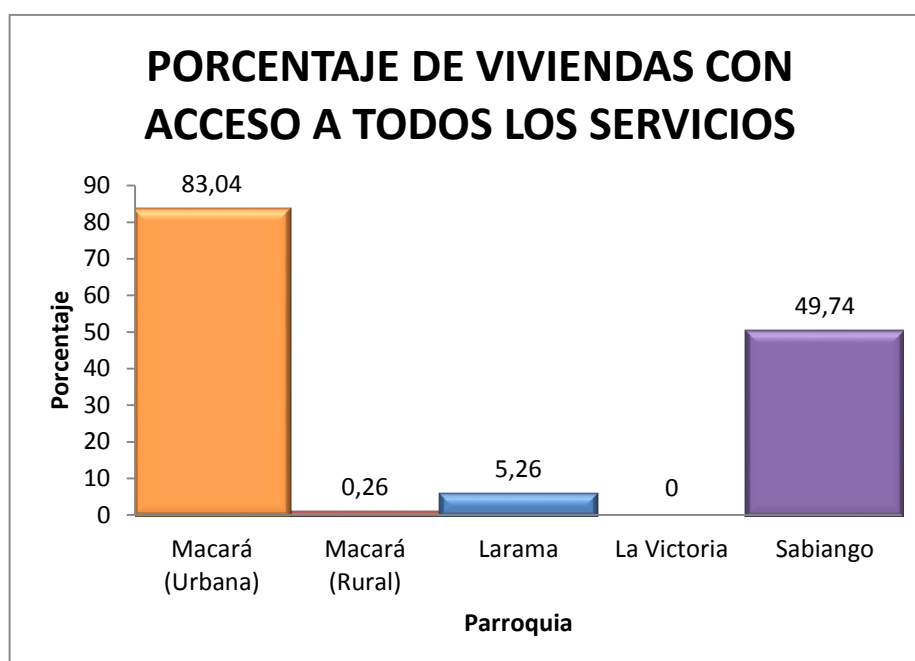


Figura 26 Porcentaje de Viviendas con acceso a todos los servicios

La información más relevante de la tabla anterior, es que en este cantón fronterizo el 57,41 % del total de las viviendas se ve beneficiado de todos los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, alcantarillado y recogimiento de desechos sólidos. Teniendo al área urbana como el sector mayormente favorecido puesto que más del 80% de las viviendas cuentan con todos los servicios básicos. Lamentablemente en el área rural existe todavía una deficiencia en los servicios puesto que la parroquia Sabiango tiene el mayor acceso a todos los servicios con un 49,74 %, seguida por Larama con un 5,26 %, Macará y Eloy Alfaro en su área rural con 0,26 % y la Victoria donde ninguna vivienda tiene acceso a todos los servicios.

Para el turismo receptivo, la falta de servicios es un problema para el desarrollo de actividades turísticas de la localidad pues dificulta la prestación de servicios de calidad que garantice el bienestar de los turistas peruanos.

2.1.1.4 Entorno Tecnológico

El estudio de la tecnología es elemental para determinar la utilización de diferentes herramientas tecnológicas para facilitar la difusión turística de manera local, nacional e internacional.

2.1.1.4.1 Conectividad

La conectividad dentro del cantón Macará de acuerdo con la Superintendencia de Comunicaciones para el año 2013, se encuentra así:

Tabla 14

Viviendas con servicios de telecomunicación

| ACCESO | NÚMERO DE VIVIENDAS | PORCENTAJE * |
|-------------------|---------------------|--------------|
| FIJA | 1502 | 25,34 % |
| MOVIL | 3537 | 59,67 % |
| ACCESO A INTERNET | 233 | 3,93 % |

* El porcentaje se ha obtenido en base al número total de viviendas (5982) registradas en el cantón

Fuente: (Equipo Técnico de Planificación Cantonal- Macará, 2014)

Para una mejor comprensión de la información existente en la tabla se ha creado un gráfico de barras.

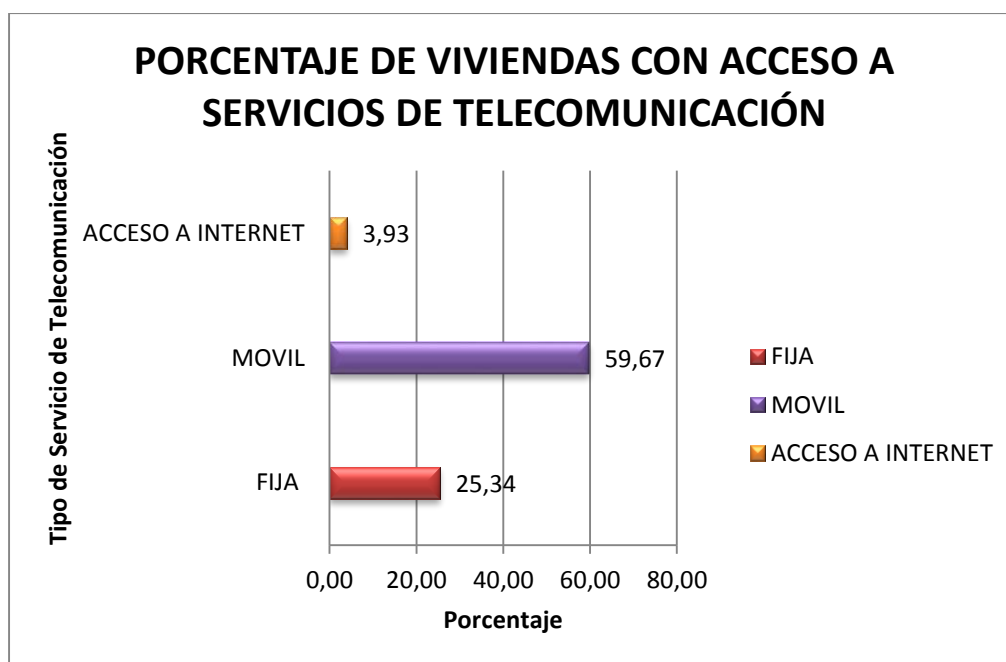


Figura 27 Viviendas con acceso a servicios de telecomunicación

Si se toma en consideración que existen 5 928 viviendas en todo el cantón, se puede discernir que el 25,34 % tienen acceso a telefonía fija, el 59,67 % tienen acceso a telefonía móvil y el 3,93 % tiene acceso a internet.

Cabe mencionar que, de acuerdo a PDOT de Macará del 2011, el acceso a los servicios de telecomunicación es un hecho en el área urbana debido a que es un

sector con alta densidad poblacional que permite una comunicación rápida y acceso a servicios como telefonía fija, móvil e internet.

Para el sector rural la conectividad es un problema complejo gracias a la dispersión poblacional existente que hace que los costos de la telefonía fija en construcción de redes sea muy elevado y tenga un bajo beneficio siendo reemplazada por la telefonía móvil que a su vez crea otras dificultades para las empresas privadas puesto que la implementación de antenas de comunicación está condicionado por el beneficio que obtendrán. Esto provoca que el sector rural tenga una baja cobertura telefónica que limita la comunicación y crea malestar en los pobladores rurales.

El internet en el área rural está muy poco difundido. Además, la difícil implementación de redes de conexión evita el acceso del resto de la población a este servicio. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará 2011, 2011)

Para el turismo es una desventaja la falta de servicios de telecomunicación puesto que obstaculiza la progresiva difusión de información referente a actividades turísticas de interés para los visitantes peruanos que se desarrollan en el cantón.

2.1.1.4.1.1 Sistemas informáticos utilizados en el sector

Los sistemas de información han mejorado en los últimos años en Ecuador gracias al esfuerzo del Gobierno conjuntamente con el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (MINTEL) para implementar el uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) que contribuyan a la modernización de la administración del Estado y a eliminar el analfabetismo digital. (Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, 2014)

Dentro del ámbito turístico se ha creado un sistema con el objetivo de brindar información verídica y adecuada llamado Sistema de Información Estratégica para el Turismo del Ecuador (SIETE) que fue creado en el año 2007 en el cual se expone información valiosa sobre la gestión de la actividad turística por parte de los distintos actores, la misma que puede ser utilizada para investigaciones, y el monitoreo y evaluación de la orientación que tiene el sector.

Dentro del programa SIETE existen líneas de acción que se ejecutaron mediante proyectos tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 15**Proyectos del Programa SIETE**

| PROGRAMA | PROYECTO |
|--|--|
| Sistema de información estratégica para el Turismo del Ecuador (SIETE) | Reestructuración del Inventario de Turismo del Ecuador |
| | Creación de un sistema de registro automatizado |
| | Optimización del sistema de estadísticas turísticas del Ecuador y de la cuenta satélite de turismo del Ecuador |
| | Creación de un sistema de observatorios turísticos por destinos |
| | Unidad de inteligencia de mercados |

Fuente: (Tourism & Leisure Advisory Services , 2007)

Complementariamente, en la Unidad de Control Migratorio de Macará desde el 2013 opera el Sistema Informático Integral de Migración del Ecuador que cumple con estándares internacionales para su funcionamiento. Este nuevo sistema utiliza lectores de huellas dactilares, pasaportes y rostro para garantizar la seguridad interna del país y un servicio ágil para los ciudadanos que atraviesan la frontera ecuatoriana. (Ministerio del Interior, 2013)

La creación de nuevos sistemas informáticos en el ámbito turístico que brinden información clara y verídica favorece la generación de iniciativas para el impulso del turismo receptivo

2.1.1.4.2 Nuevas tendencias tecnológicas

La continua innovación tecnológica existente a nivel mundial ha facilitado el acceso de las personas a un sinnúmero de bienes y servicios. En el ámbito turístico existen varias alternativas tecnológicas que han sido lanzadas recientemente para facilitar la vida de los viajeros, entre las que se encuentran:

- **Smart Destinations:** Son plataformas en las cuales los destinos turísticos ofrecen gran cantidad de información sobre productos y servicios de acuerdo a los gustos y necesidades de los viajeros. (García, 2015)
- **Aplicaciones de Turismo:** Muchos prestadores de servicios turísticos han creado aplicaciones (Apps) que le proporcionan al turista la información necesaria en tiempo real mejorando así su experiencia. (García, 2015)

- Dispositivos Wearables: Son dispositivos electrónicos portables creados por algunas empresas para cumplir una o varias funciones que faciliten la adquisición de algún servicio por parte de los turistas. (Andalucía Lab, 2015)

En Ecuador no se han implementado estas nuevas tecnologías; sin embargo, conforme crece el turismo receptivo, los prestadores de servicios van automatizando cada uno de los procesos tratando de mejorar la experiencia de los turistas.

Para el turismo de Macará, la falta de estas tecnologías supone un obstáculo pues limita su capacidad para entregar servicios de manera ágil, rápida y segura.

2.1.1.5 Entorno político

Es fundamental el estudio de la política para establecer los lineamientos, parámetros y tendencias bajo los cuales se gestiona el país y su influencia en el desarrollo turístico.

2.1.1.5.1 Forma de gobierno

De acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador del 2008 se expone en el primer artículo que:

“El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución.” (Asamblea Constituyente del Ecuador, 2008)

Es decir, que Ecuador es un estado que favorece a los ciudadanos a diferencia de los otros sistemas de gobierno, es administrado por las personas con mayor capacidad en favor de todas las clases sociales y se encuentra condicionado por las leyes. Además, Ecuador es descentralizado puesto que existen tres niveles de gobierno: nacional, regional y local. Las autoridades para cada nivel se eligen mediante voto popular y en cada nivel se cumplen funciones específicas permitiéndoles tener autonomía sobre las labores que se deben realizar. (Mijares, 2011)

La forma de gobierno del país es beneficiosa puesto que permite el desarrollo de diferentes alternativas de turismo por parte de la colectividad sin influenciar en su planificación y ejecución, y, garantizando el respeto a las decisiones de la administración en cuestiones turísticas.

2.1.1.5.2 Estabilidad política

Durante el actual Gobierno desde el 2007 se ha logrado vislumbrar muchos cambios en la organización social, política y económica del país permitiendo que exista una estabilidad gracias a diferentes políticas que le han permitido al Ejecutivo mantener el control sobre las instituciones públicas, las instituciones privadas y, además, sobre la oposición. Sin embargo, el costo de mantener durante siete años esta estabilidad gubernamental ha generado otro tipo de problemas relacionados a la deuda externa que ha incrementado considerablemente. (Polga-Hecimovich, 2013)

Dentro de Macará, las tendencias políticas han cambiado de acuerdo a lo expresado en la siguiente figura:

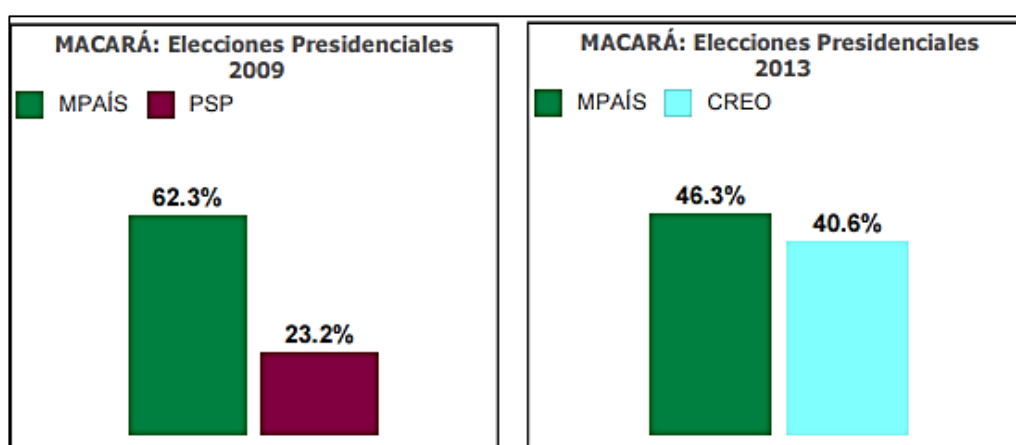


Figura 28 Resultados a nivel cantonal

Fuente: (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES, 2014)

Se puede observar que la popularidad del presidente Rafael Correa en el año 2013 ha disminuido respecto al año 2009 dando apertura al partido CREO de Guillermo Lazo que consiguió un importante porcentaje de los votos. Entonces, se puede decir que las tendencias políticas de la población han cambiado en estos últimos años.

A nivel de Alcaldía, las tendencias políticas han variado desde el 2013, puesto que previo a ese año, el Sr. Pedro Quito del Movimiento Izquierdista Macareño

(MIM) cumplió con dos periodos en la alcaldía del 2004-2008 y del 2009-2013. El Sr. Pedro Quito centró su compromiso en la realización de obras de agua potable, asfaltado y adoquinado de vías marginales en sectores urbanos y rurales, construcción y readecuación de establecimientos educativos, electrificación en barrios rurales, regeneración de parques urbanos, construcción de canchas de uso múltiple, entre otras obras de importancia. (Briceño G. , 2010) Sin embargo, el turismo no recibió una atención significativa por parte de esta administración.

En el año 2013, el Ing. Roberto Viñán del partido Movimiento Pueblo, Cambio y Desarrollo se convierte en el nuevo alcalde del cantón, quien ha apuntado su labor a la regeneración de parques y plazas, asfaltado y adoquinado de vías, alcantarillado en zonas rurales, construcción de centros de acopio, construcción de redes de agua potable, entre otras obras primordiales para el cantón; de igual manera se están ejecutando obras que benefician al desarrollo turístico del cantón como mejoramiento de infraestructura y accesibilidad a los balnearios, y, proyectos para implementar el turismo de aventura en el cantón. (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)

2.1.1.5.3 Planes y programas gubernamentales

El Gobierno ha desarrollado algunos programas y planes enfocados directa e indirectamente al desarrollo de la actividad turística:

- Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) 2013-2017: El PNBV que fue actualizado el año 2013, es una planificación que se creó para direccionar el desarrollo de los distintos sectores económicos mediante el establecimiento de 12 objetivos que buscan el bienestar socioeconómico y la igualdad de los ecuatorianos. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, 2013)
- PLAN ZONAL 7 (2013-2017): El Plan Zonal o Agenda Zonal es un instrumento que sirve para determinar la planificación en un territorio determinado tomando en cuenta las necesidades, atributos y características de las localidades que lo componen, vinculado a los lineamientos del Plan Nacional del Buen Vivir; es así, que el Plan Zonal 7 está conformado por las provincias de Loja, El Oro y Zamora Chinchipe conocida como la región Sur. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades, 2013)

- PLANDETUR 2020: El Plan Estratégica de Desarrollo de Turismo Sostenible es el principal plan de turismo creado por el Gobierno que busca direccionar los esfuerzos del sector público, privado y comunitario para desarrollar el turismo, crear las condiciones necesarias para que el turismo aporte a la economía e incorporar este sector a la planificación nacional para fortalecer el desarrollo integral. Fue creado en el 2007 y espera alcanzar sus objetivos en su totalidad al año 2020. (Tourism & Leisure Advisory Services , 2007)
- PIMTE 2014: El Plan Integral del Marketing Turístico del Ecuador actualizado en el 2009 fue elaborado para crear estrategias que le permitan cumplir algunos propósitos que contribuyen al impulso del turismo como aumentar el número de turistas, incrementar la oferta turística de calidad, consolidar la imagen turística a nivel internacional, posicionar al Ecuador como destino turístico sostenible, entre otras. (Tourism & Leisure Advisory Services , 2009)
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Macará: Es el plan realizado por las autoridades de Macará para alcanzar el desarrollo social, económico y ambiental de la población a través de distintos lineamientos basados en la mejora de las actividades productivas de manera sostenible tomando como referencia el Plan Nacional del Buen Vivir. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará 2014, 2014)

En cuanto a los programas, el Ministerio de Turismo está emprendiendo actualmente el Programa Nacional de Capacitación Turística (PNCT) que busca fortalecer las destrezas y habilidades de las personas que trabajan en el área turística con el propósito de brindar un servicio más eficiente y eficaz mejorando así los estándares de calidad hoteleros y turísticos para las personas que visitan el país. (Ministerio de Turismo del Ecuador - Mintur, 2015)

De igual manera, el Ministerio del Interior conjuntamente con el Gobierno creó el proyecto de Fortalecimiento Institucional de las Unidades de Control Migratorio que busca evitar posibles riesgos para la seguridad nacional identificando y registrando de manera ágil y eficaz a las personas nacionales o extranjeras en ingresen o salgan del país. Este proyecto funciona desde el año 2013. (Ministerio del Interior, 2013)

Los planes, programas y proyectos favorecen a la actividad turística de Macará pues direccionan su desenvolvimiento adecuadamente mediante el manejo de distintas estrategias para promover un desarrollo integral de la actividad a nivel nacional, provincial y cantonal.

2.1.1.5.4 Convenios y programas de cooperación internacional

Ecuador ha firmado algunos convenios con el Perú con el propósito de favorecer la unificación de estas dos naciones; sin embargo, el convenio que tiene la capacidad beneficiar indirectamente al turismo es el siguiente:

- Acuerdo de Cooperación entre la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) y la Secretaría Técnica de Cooperación Internacional de Ecuador (SETECI), para fortalecer la Gestión de la Cooperación Internacional: Fue suscrito en noviembre del 2013 y tiene una vigencia de 5 años. El propósito de este convenio es mejorar la coordinación y armonización de las actividades que realizan ambas instituciones y de esa manera ser más efectivos mejorando así la calidad de vida de los ciudadanos de ambos países. (Secretaría Técnica de Cooperación Internacional de Ecuador, Agencia Peruana de Cooperación Internacional, 2013)

La funcionalidad de este convenio es útil para el turismo local ya que brinda la oportunidad de formular propuestas para suplir las necesidades del turista peruano mediante el intercambio de información entre estas dos entidades.

2.1.1.6 Entorno Legal

Es primordial el estudio de las leyes y normas que rigen Ecuador para precisar su alcance e influencia en el sector turístico.

2.1.1.6.1 Constitución de la República Del Ecuador

Dentro de la Constitución no existe una sección o artículo que se refiere específicamente al Turismo; sin embargo, la ejecución de la actividad turística depende de algunos actores que se rigen mediante la Constitución.

En el caso de este estudio los principales promotores del desarrollo turístico es el Gobierno Autónomo Descentralizados que de acuerdo a la Carta Magna explica lo siguiente:

Art. 238.- Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional.

Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales. (Asamblea Constituyente del Ecuador, 2008)

Es decir, que el GAD de Macará está en condiciones de tomar acciones para desarrollar la actividad turística bajo su propio criterio proporcionándole los recursos necesarios al sector, independientemente de las ponderaciones del Gobierno Central.

2.1.1.6.2 Tratados y Convenios Internacionales

Ecuador en su afán por mejorar las relaciones internacionales con Perú y mejorar las condiciones para las localidades ha firmado convenios de apoyo comercial y turístico. Dentro de los convenios suscritos con Perú está:

- IV Reunión del Comité Técnico Binacional de Facilitación del Comercio, Inversiones y Turismo: Se consignó en marzo del 2011 en el gobierno presidido por Rafael Correa, donde se asumieron compromisos de intercambio de información turística, programas de apoyo, conectividad aérea, viabilidad y tránsito, entre otros. Para mejorar las actividades comerciales y turísticas entre los dos países. (Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración del Ecuador, Dirección General de Promoción Económica del Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú, 2011)
- Memorando de Entendimiento en Materia de Promoción Turística entre La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU – y el Ministerio de Turismo del Ecuador: Principalmente se convino acerca de las facilidades que brindaran ambos países en el plano turístico como intercambio de información, transferencia tecnológica e intercambio técnico de conocimientos de mercadeo y promoción para contribuir al crecimiento local e internacional de cada país. Este acuerdo se

firmó en noviembre del 2012 tiene una vigencia de tres años; sin embargo, automáticamente se dará una prórroga por otros tres años, en caso de que ninguna de las partes renuncie por escrito. (Ministerio de Turismo del Ecuador, Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, 2012)

2.1.1.6.3 Leyes y reglamentos

El conocimiento de las leyes y reglamentos que norman directa e indirectamente el turismo local receptivo permite determinar las condiciones bajo las cuales se puede desarrollar la actividad. Entre los principales están:

- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD): Este código determina la organización política y administrativa del territorio nacional, así como la autonomía política, financiera y administrativa de los gobiernos autónomos, el financiamiento y la implementación de lineamientos que minimicen la desigualdad de las localidades. Fue actualizado en el 2010. (Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autonomos Descentralizados, 2010)
- Ley de Migración: Fue actualizado en el 2014. Se refiere a las acciones de coordinación que se deben cumplir para controlar en los pasos fronterizos la entrada y salida de ciudadanos; así como, la calificación de sus documentos para la permanencia de ciudadanos extranjeros dentro del país. (Ley de Migración, 2014)
- Ley de Extranjería: Establece las condiciones, derechos, obligaciones y procesos que deben cumplir los extranjeros que residan temporal o permanentemente en el país para regular su situación. Se modificó en el 2004 por última vez. (Ley de Extranjería, 2004)
- Ley de Turismo: Se encarga de regular el sector turístico en beneficio de los prestadores de servicio y de los consumidores a través de instituir los derechos y obligaciones de los mismos; además, normaliza la promoción y desarrollo turístico. Fue actualizada en el 2002. (Ley de Turismo, 2002)
- Reglamento General de las Actividades Turísticas: Norma las actividades turísticas que se desarrollan en el país categorizando y clasificando cada una de ellas de acuerdo a los estándares de calidad internacionales.

(Reglamento General de Actividades Turísticas , 2002)

2.1.1.6.4 Permisos de operación y funcionamiento

Para la operación de cualquier actividad de turismo, los prestadores de servicio deben obtener los permisos que los habilitarán para el funcionamiento del establecimiento, entre los más importantes están:

- Licencia única anual de Funcionamiento (LUAF): Es una licencia que certifica que las empresas turísticas están en capacidad de brindar el servicio que ofrecen y están apegadas a las normas técnicas de calidad. Es otorgada por el Municipio y sin este documento se imposibilita su funcionamiento en el cantón. (Portal de Trámites Ciudadanos de la Presidencia de la República, 2015)
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI): Este documento sirve para garantizar que el nombre comercial a utilizarse no esté registrado previamente y que es legal su uso. (Intituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2015)
- Registro único del Contribuyente (RUC): Es un número que se le asigna a una persona natural o jurídica para que pueda ser identificada en la Administración Tributaria. (Servicio de Rentas Internas del Ecuador - SRI, 2015)

Otros requisitos adicionales necesarios para llevar a cabo una empresa turística son:

- Copia de la cédula de identidad
- Copia de la última papeleta de votación
- Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario se debe adjuntar la autorización de utilizar el nombre comercial.
- Copia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de Precios de los servicios ofertados
- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.

- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
- Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas)
- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

Además, la persona natural o jurídica que desea legalizar su empresa debe llenar como requisito los formularios de solicitud de acuerdo a la actividad turística que se pretende implementar que se encuentran en el Portal de servicios turísticos del Ministerio de Turismo. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015)

Entre los formularios que se debe llenar están:

- Solicitud de Registro Alojamiento, Alimentos y Bebidas (personas naturales) (Anexo 1)
- Solicitud de Registro Alojamiento, Alimentos y Bebidas (personas jurídicas) (Anexo 2)
- Solicitud de Registro de Agencias de Viajes (Anexo 3)
- Solicitud de Registro de Transporte Terrestre Turístico (Anexo 4)

2.1.2 Microambiente

El análisis del Micro-ambiente permite definir los aspectos que influyen directamente en el desarrollo turístico debido a que se encuentran en su entorno más inmediato.

2.1.2.1 Atractivos Turísticos

Es fundamental considerar a los atractivos turísticos puesto que son el punto vital que condicionara la creación de proyectos, actividades, bienes y servicios relacionados al turismo.

2.1.2.1.1 Atractivos Culturales

De acuerdo al PLANDETUR 2020, dentro de los atractivos culturales se pueden contar los pertenecientes al turismo cultural, los parques temáticos, turismo de convenciones y congresos. (Tourism & Leisure Advisory Services , 2007)

2.1.2.1.1.1 Parques temáticos

- **Parque de la Madre**

Está ubicado en la entrada de la ciudad y como punto central se observa el monumento a la Madre acompañada por una espiga de arroz haciendo alusión a la alta producción arrocerá del cantón complementado con una fuente de agua e iluminado.



Figura 29 Parque de la Madre.

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)

- **Altar de la Patria**

Se encuentra ubicado en el centro de la ciudad, su punto central es el Monumento que representa a las cuatro parroquias del cantón acompañada de la bandera del Ecuador, de Loja y de Macará.



Figura 30 Altar de la Patria

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)

- **Parque Lineal Santa Marianita**

Es un parque temático dedicada a la familia con zonas especiales para niños, adultos y adultos mayores. Tiene una cancha de uso múltiple, un ciclo-vía de uso general, un área especializada para los ejercicios de los adultos mayores y una zona de juegos infantiles.



Figura 31 Parque Lineal Santa Marianita

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)

- **Templete María Auxiliadora**

Está compuesta por una plazoleta y en el centro una pequeña capilla en honor a María Auxiliadora. Está ubicada en el sector conocido como el Mirador pues desde este punto se puede observar toda la ciudad.



Figura 32 Templete María Auxiliadora

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)

- **Parque Amazonas**

Este parque temático referente a la ecología, expone cascadas y un riachuelo artificial, además de piletas de agua y una gran extensión de áreas verdes. Es uno de los sitios predilectos de las familias macareñas y los grupos de amigos.



Figura 33 Parque Amazonas

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)

2.1.2.1.1.1 Turismo cultural

- **Atrio de la Iglesia**

En la parte frontal de la Iglesia Central de Macará se ha diseñado un atrio con forma de barca. Consta de una pequeña cascada de agua y una fuente totalmente iluminadas que le da una temática religiosa; adicionalmente, se han colocado servicios sanitarios.



Figura 34 Atrio de la Iglesia Central

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)

- **Petroglifos de Jorupe y Numbiaranga.**

En el barrio Jorupe se encuentran dos bloques rocosos en forma ovoide que contienen figuras geométricas, espirales, líneas curvas, rostros humanos, manos y figuras no reconocibles realizadas con la técnica del inciso. En Numbiaranga existen dos petroglifos con forma trapezoide bifacial que muestran figuras zoomorfas, antropomorfas y formas geométricas.

(Villavicencio, 2009)



Figura 35 Petroglifos en Jorupe

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)



Figura 36 Petroglifos de Numbiaranga

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)

- **Gastronomía**

La gastronomía en el cantón es muy variado, entre los principales platos típicos están el seco de chivo, ceviche de carne, náparo de chivo, cecina de

chancho, dulce de mango que se realiza por temporada, arvejas con guineo, cecina, gallina criolla, chancho hornado, fresco de tamarindo.



Figura 37 Cecina de Chancho

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)



Figura 38 Ceviche de carne

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)

2.1.2.1.2 Atractivos Naturales

Los atractivos naturales, de acuerdo al PLANDETUR 2020 se consideran a los que se encuentran en turismo de sol y playa, turismo de salud, turismo comunitario, ecoturismo y turismo de naturaleza, turismo de deportes y aventura.

2.1.2.1.2.1 Ecoturismo y turismo de naturaleza

- **La Lajilla**

Es un balneario natural formado a partir del río Macará que ofrece a los turistas un espacio para disfrutar en familia. Es el más concurrido por visitantes nacionales y extranjeros es por eso que el GAD de Macará ha mejorado su infraestructura para mayor comodidad de los visitantes. Está a 3 Km de Macará.



Figura 39 Balneario La Lajilla

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)

- **Fondos Azules**

Es un lugar compuesto por cascadas de origen natural que descienden de un grupo de rocas rodeado por un entorno natural virgen. Está ubicado a 12 Km de la cabecera cantonal en el barrio Laguar.



Figura 40 Fondos Azules

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)

- **La Cruz del Panadero**

Es un balneario natural localizado a 12 Km de la ciudad de Macará. Consta de servicios sanitarios, cabañas y bar. Es un lugar bastante seguro debido a la tranquilidad de las aguas de la quebrada que lo convierten en un lugar ideal para las familias y los turistas.



Figura 41 La Cruz del Panadero

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)

- **El Resbaloncito**

Es una parte de la quebrada cubierta de rocas que simula una resbaladera de agua hecha de piedra lisa. Está localizada en el Km 5.5 de la vía a Catacocha.



Figura 42 El Resbaloncito

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)

- **Playa Guayabito**

Está ubicada a 12 Km de Macará en el barrio Laguar. Es una playa a orillas del río Macará que divide Ecuador con Perú, está rodeada de bosque seco y es uno de los lugares favoritos de los pobladores.



Figura 43 Playa Guayabito

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)

- **Reserva Jorupe**

Es una reserva privada perteneciente a la “Fundación de Conservación Jocotoco” que se encarga de la protección de una vasta extensión de bosque seco tumbesino que preserva una gran cantidad de aves en peligro de extinción y algunas especies de mamíferos casi extintas en la zona. Entre los servicios ofertados están alojamiento, alimentación y guianza. (Fundación de Conservación Jocotoco, 2015)



Figura 44 *Aratinga erythrogenys*

Fuente: (Sornoza, 2015)

- **Reserva Natural Laipuna**

Esta reserva protege 5000 hectáreas de bosque seco tumbesino que albergan a especies endémicas de plantas, 8 especies de mamíferos y 55 especies de aves que solo se encuentran en este ecosistema. Esta reserva ha sido objeto de muchas investigaciones.

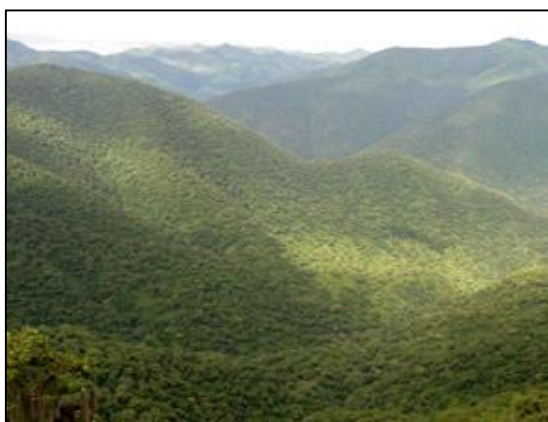


Figura 45 Reserva Lainuna

Fuente: (Naturaleza y Cultura Internacional, 2015)

2.1.2.2 Turistas o visitantes

Los turistas son los más importantes para la adquisición de los servicios turísticos, es por ello que deben ser analizados para orientar la actividad hacia la satisfacción de sus gustos y necesidades.

No existe un registro de los turistas o clientes que adquieren servicios en la localidad de Macará; sin embargo, el grupo potencial a considerarse para el estudio, son los visitantes peruanos. Entonces, de acuerdo a esto tenemos:

Según el INEC, durante el año 2014 ingresaron alrededor de 175 405 peruanos al Ecuador. De esta cantidad, por la Jefatura de Migración de Macará entraron alrededor de 12 391 personas de origen peruano. (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2014)

Es decir, que los clientes potenciales de la localidad son los turistas peruanos que ingresan por la Jefatura de Migración de Macará.

De acuerdo al Ministerio de Turismo, el turista peruano tiene un ingreso medio anual es de aproximadamente 7 195 dólares; a partir de ello, realiza un gasto promedio por viaje de 635 dólares, generalmente el motivo de su viaje es un 78 % es por ocio y 22% por negocios, los meses de mayor afluencia al Ecuador son de octubre a enero y julio, al año tienen 30 días de vacaciones pagadas; principalmente ingresan visitantes entre 50 a 64 años en un 31 %, 25 a 34 años el 23%, de 35 a 45 años el 22 %, entre 1 a 24 años un 19% y adultos mayores en un 5%. Además, Perú es reconocido como un mercado emergente. (Ministerio de Turismo, 2015)

2.1.2.3 Competencia

Es trascendental la evaluación de la competencia turística para establecer los lineamientos estratégicos más idóneos que contribuyan al desarrollo del turismo local por medio del mejoramiento de los servicios.

Tomando como referencia a los turistas peruanos como mercado objetivo, a nivel internacional los principales competidores del Ecuador serían los países más visitados por los turistas peruanos que se explican en la figura siguiente:



Figura 46 Destinos más visitados 2014

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015)

Se puede observar que los principales destinos de los viajeros de Perú en el 2014 son México que recibe a un 33% de los turistas peruanos, Canadá con un 20%, Reino Unido con un 4% y Francia con un 3,8%. Estos países constituyen la competencia del Ecuador respecto a la captación de turistas peruanos.

2.1.2.4 Sustitutos

En el turismo, el análisis de los productos o servicios sustitutos es indispensable para determinar los principales factores que se deben optimizar en la localidad para impulsar la actividad turística logrando que sea más atractiva para los visitantes peruanos que otros lugares turísticos cercanos a Macará.

Según La Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Suramérica – Andes, los principales destinos visitados por los peruanos en la provincia de Loja son:

- La ciudad de Loja



Figura 47 Puerta de Entrada de la Ciudad de Loja

- Parque Nacional Podocarpus



Figura 48 Parque Nacional Podocarpus

- Bosque Petrificado de Puyango



Figura 49 Bosque Petrificado de Puyango

Fuente: (sedpgym-ecuador, 2013)

- Vilcabamba



Figura 50 Parque Central de Vilcabamba

Fuente: (Corporación para el Desarrollo Sostenible - CODESO, 2015)

- Santuario de la Virgen del Cisne



Figura 51 Santuario de la Virgen del Cisne

- Parque Nacional Yacuri



Figura 52 Parque Nacional Yacuri.

Fuente: (Ministerio del Ambiente, 2009)

Los lugares antes mencionados constituyen los destinos sustitutos de los atractivos turísticos existentes dentro del cantón Macará. (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica-ANDES, 2014)

2.1.2.4.1 Proveedores de servicios

Es relevante el estudio de los proveedores de servicios para establecer la capacidad de los establecimientos turísticos de la localidad para cubrir los servicios requeridos por los turistas de Perú.

Asimismo, las actividades turísticas que se desarrollan en el cantón que están categorizadas son alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, recreación y esparcimiento. De igual forma, se incluyen a los establecimientos de actividades de intermediación que ofrecen servicios de seminarios y eventos a pesar de no estar categorizados.

De acuerdo con el Catastro del Ministerio de Turismo del 2011 en Macará existen los siguientes establecimientos turísticos categorizados:

- Alojamiento

Los establecimientos de Alojamiento se encuentran clasificados de la siguiente manera:

Tabla 16
Establecimientos de Alojamiento

| RAZÓN SOCIAL | CATEGORÍA | HAB. | PLAZA | N. PERS. |
|--------------------------|-----------|------|-------|----------|
| <i>Hostal</i> | | | | |
| EL CONQUISTADOR | Segunda | 12 | 26 | 5 |
| COLINA | Segunda | 12 | 12 | 4 |
| KARINA | Segunda | 18 | 26 | 5 |
| SANTIGYN | Segunda | 12 | 25 | 4 |
| TIERRA VERDE | Segunda | 13 | 30 | 6 |
| ESPIGA DE ORO | Segunda | 15 | 25 | 4 |
| DEL SUR | Tercera | 14 | 24 | 3 |
| <i>Hostal Residencia</i> | | | | |
| LOS ARROZALES | Segunda | 19 | 45 | 4 |
| BEKALUS | Tercera | 20 | 42 | 4 |
| GRAN HOSTAL MACARÁ | Tercera | 12 | 25 | 4 |
| LUZ DE AMÉRICA | Tercera | 17 | 23 | 2 |
| <i>Motel</i> | | | | |
| LOS CEIBOS | Segunda | 8 | 16 | 3 |

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2011)

- Alimentos y Bebidas

Los establecimientos considerados gastronómicos están categorizados de la siguiente manera:

Tabla 17**Establecimientos de alimentos y bebidas**

| RAZÓN SOCIAL | CATEGORÍA | MESAS | PLAZA | N. PERS. |
|-------------------------|------------------|--------------|--------------|-----------------|
| <i>Fuente de Soda</i> | | | | |
| Yogurt Delicia Tropical | Segunda | 4 | 16 | 3 |
| Central | Tercera | 6 | 24 | 2 |
| Manolo | Tercera | 10 | 40 | 1 |
| <i>Restaurantes</i> | | | | |
| El Sabor Selecto | Segunda | 8 | 32 | 6 |
| Colonial | Tercera | 7 | 28 | 3 |
| D'Marcos | Tercera | 10 | 40 | 5 |
| El Emperador | Tercera | 20 | 80 | 6 |
| Los Delfines | Tercera | 14 | 56 | 4 |

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2011)

- **Recreación y esparcimiento**

Los establecimientos que se consideran de recreación y esparcimiento son los siguientes:

Tabla 18**Establecimientos de recreación y esparcimiento**

| RAZÓN SOCIAL | CATEGORÍA | MESAS | PLAZAS | N. PERS. |
|---------------------|------------------|--------------|---------------|-----------------|
| <i>Discoteca</i> | | | | |
| LA NOCHE ES MIA | Segunda | 16 | 64 | 3 |

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2011)

- **Intermediación (seminarios y eventos)**

En el cantón Macará las empresas de seminarios y eventos se han catalogado de la siguiente manera:

Tabla 19**Establecimientos para Seminarios y Eventos**

| RAZÓN SOCIAL | CATEGORÍA | MESAS | PLAZAS | N. PERS. |
|---------------------|------------------|--------------|---------------|-----------------|
| CLUB MACARÁ | - | 30 | 300 | 10 |
| CLUB ANSA | - | 20 | 200 | 8 |
| SALON D'MARCOS | | 10 | 100 | 6 |

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2011)

De acuerdo a la información previa, se puede observar que no existen establecimientos de primera que garanticen el máximo bienestar a los turistas peruanos; sin embargo, existe un número apropiado de establecimientos calificados como de segunda y tercera categoría dentro del cantón que están en capacidad de brindar un buen servicios a los visitantes del vecino país del Sur. Asimismo, existen establecimientos que no están categorizados sin embargo se los ha tomado en cuenta debido a que constituyen los únicos con capacidad para brindar servicios de seminarios y eventos.

Cabe recalcar que se ha dificultado la obtención de la información actualizada de los establecimientos categorizados para el año 2015 debido a que se encuentran en un proceso de actualización de los establecimientos turísticos, por lo tanto se maneja información del año 2011 como única información oficial para el presente trabajo de investigación.

2.1.2.5 Organismos reguladores

El turismo es una actividad que es normada con el objetivo de manejar y controlar adecuadamente su desarrollo, es por esto que se han creado algunas instituciones que están en capacidad de regularizarla. Los principales organismos reguladores de la actividad turística en el cantón Macará, son los siguientes:

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Macará: De acuerdo con el COOTAD el GADM debe garantizar el Buen Vivir promoviendo el desarrollo sustentable a través del diseño, planificación, implementación, ejecución y evaluación de programas en beneficio de la ciudadanía respetando sus competencias legales y constitucionales; de igual forma indica que debe regular, fomentar y autorizar el ejercicio de las actividades económicas dentro de su jurisdicción para garantizar el respeto a los derechos de la comunidad. Además, es su obligación preservar, mantener y promocionar el patrimonio natural, cultural y arquitectónico del cantón y crear espacios que contribuyan a alcanzar este fin. (Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autonomos Descentralizados, 2010)
- Ministerio de Turismo (MINTUR): Es el órgano regulador de la actividad turística en Ecuador y será dirigido por el Ministro de Turismo. El MINTUR tiene la capacidad de elaborar las normas técnicas y de calidad que regirán las actividades turísticas en todo el territorio Nacional; igualmente debe coordinar con los gobiernos seccionales la planificación, control y promoción del sector turístico. (Ley de Turismo, 2002)
- Ministerio del Ambiente: El Ministerio del Ambiente es la institución rectora del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental y sus principales funciones son la definición de un sistema de control y seguimiento para garantizar el cumplimiento de las normas ambientales establecidas; adicionalmente debe conjugar acciones con las instituciones públicas y privadas pertinentes para definir estrategias de cooperación y coordinación de manejo ambiental. (Bravo, 2007)
- Ministerio Relaciones Exteriores y Movilidad Humana: Es el encargado de gestionar, manejar y coordinar la política internacional, la movilidad humana y promover la integración latinoamericana de acuerdo a los planes de desarrollo nacional con respeto a los derechos internacionales en beneficio de los ecuatorianos. (Secretaría Nacional de la Administración Pública, 2015)

2.2 Análisis interno

El análisis interno es trascendental para definir las estrategias a seguir tomando en cuenta las capacidades y recursos que tiene la institución para desarrollar la actividad turística en la localidad.

2.2.1 Constitución Legal

La ciudad de Macará es de origen colonial llamada en sus inicios como “San Antonio”. En el año 1824 por motiva de la conformación de la Gran Colombia se promulga La Ley de la División Territorial en donde se expresa que Macará era perteneciente al cantón Cariamanga, el mismo que pertenecía a la provincia de Loja y esta a su vez al Departamento del Azuay. En 1787 el capitán Juan Felipe Tamayo del Castillo funda la ciudad con el nombre de “San Antonio de Macará”. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará 2011, 2011)

Macará alcanza la categoría de cantón mediante Decreto Legislativo s/n del 22 de septiembre de 1902 en el Gobierno del General Leonidas Plaza Gutiérrez gracias a la gestión realizada por el Dr. Manuel Enrique Rengel Suquilanda oriundo de Macará. (La Hora - Provincia de Loja, 2015)

2.2.2 Recursos y capacidades

El análisis de los recursos y capacidades del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Macará es indispensable para establecer las deficiencias y potencialidades internas puesto que es el organismo encargado de la evaluación, gestión y ejecución de los proyectos turísticos.

2.2.2.1 Tangibles

El estudio de los recursos tangibles es relevante para definir su forma de manejo, su destino y su impacto en el desarrollo de proyectos de índole turística dentro de la localidad.

2.2.2.1.1 Económicos y financieros

Dentro de la organización del GADM de Macará la encargada de la administración de los recursos financieros es el área de Gestión Financiera que tiene las siguientes capacidades:

Tabla 20

Análisis de las Capacidades del Área de Gestión Financiera

| ANÁLISIS DE LAS CAPACIDADES DEL ÁREA DE GESTIÓN FINANCIERA | | | |
|--|--|--|---|
| Área | Quienes participan | Componentes o programas | Información y/o documentación |
| Gestión Financiera | Jefe de bodega Jefe de presupuesto - Contadora -Jefe de rentas -Tesorero | Llevar el registro contable de ingresos y egresos generados en el GAD Municipal. Llevar el registro de los bienes de larga y corta duración Enviar información periódica al Ministerio de Finanzas, AME y SENPLADES Recaudación diaria tasas e impuestos municipales. | Cédulas presupuestarias. Presupuesto General del GAD Municipal. Comprobantes de cobro de tasas e impuestos municipales. Kardex actualizado de los bienes que cuenta la institución. |

Fuente: (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará 2014, 2014)

De acuerdo con la información brindada por el Ministerio de Finanzas, en el año 2015 el presupuesto asignado al cantón Macará fue de 3. 983. 651,17 USD. (Ministerio de Finanzas , 2015) Adicionalmente, de acuerdo con el GAD Municipal del cantón Macará el monto de inversión de este año fue de 6. 612.736.26 USD de los cuales 3.709.282,30 USD corresponden a fondos del Estado, recaudación municipal y valores destinados al pago de deudas.

De igual manera, el valor para el Gasto corriente fue de 1.935.976.69 USD, 3.979.951.75 USD se utilizará para las inversiones y 501.500 USD será para cubrir deudas contraídas por la Institución. En general el presupuesto manejado en el año 2015 fue de 10 881 514.45. Para el 2016 se pretende que el monto sea de 10118000 incluyendo 4 000 000 USD asignados por el Banco del Estado (BEDE). Para la Unidad de Turismo, Educación, Recreación y Deporte para el año 2016 se prevé asignar aproximadamente 6000 USD. (Gobierno Autonomo Descentralizado Minicipal del cantón Macará, 2014)

2.2.2.1.2 Físicos

Los departamentos del GAD cuentan con infraestructura en diferentes condiciones tal y como lo explica la siguiente tabla:

Tabla 21
Infraestructura por Áreas

| INFRAESTRUCTURA POR ÁREAS | |
|---|---|
| Área | Infraestructura y Equipos |
| Gestión Financiera | Es necesaria una readecuación de las oficinas de todo el departamento financiero. Equipos informáticos obsoletos. |
| Gestión Ambiental | Espacio físico reducido. Equipos informáticos obsoletos. Se cuenta con: 1 GPS en la Unidad de Riesgos. 2 recolectores operativos. 2 camionetas a medio uso. |
| Gestión Administrativa | Espacio físico de la Unidad de Sistemas y compras públicas inadecuado. Cambiar los equipos informáticos. |
| Gestión de Planificación Urbana y Rural | Cuenta con una oficina moderna y equipada con mobiliario nuevo. El 50% de los equipos informáticos son obsoletos. |
| Gestión de Obras Públicas | Falta mantenimiento del equipo caminero. Oficinas y mobiliario nuevo. |

Fuente: (Equipo Técnico de Planificación Cantonal- Macará, 2014)

Se puede observar que la mayoría de áreas del GAD Municipal del cantón Macará necesitan una readecuación, mejorar su infraestructura y se debe realizar un mantenimiento de los equipos y máquinas que se utilizan en cada área.

Esta falencia limita la gestión de diferentes iniciativas del personal del GAD del cantón en beneficio del turismo receptivo.

2.2.2.1.2.1 Tecnológicos

La utilización de sistemas informáticos para el manejo de información es una necesidad para el desarrollo de programas, proyectos y el manejo de la información por parte del GAD de Macará no obstante algunos departamentos cuentan con equipos informáticos obsoletos; por lo tanto, se hace necesaria la actualización de los recursos informáticos dentro de la administración. Dentro de la estructura organizacional del GAD existe la Unidad de Sistemas Informáticos que es la encargada del correcto manejo de los recursos informáticos en beneficio de la administración y por ende de los habitantes.

2.2.2.1.2 Estructura organizacional

La estructura organizacional existente en el Municipio de Macará se muestra en el siguiente esquema:

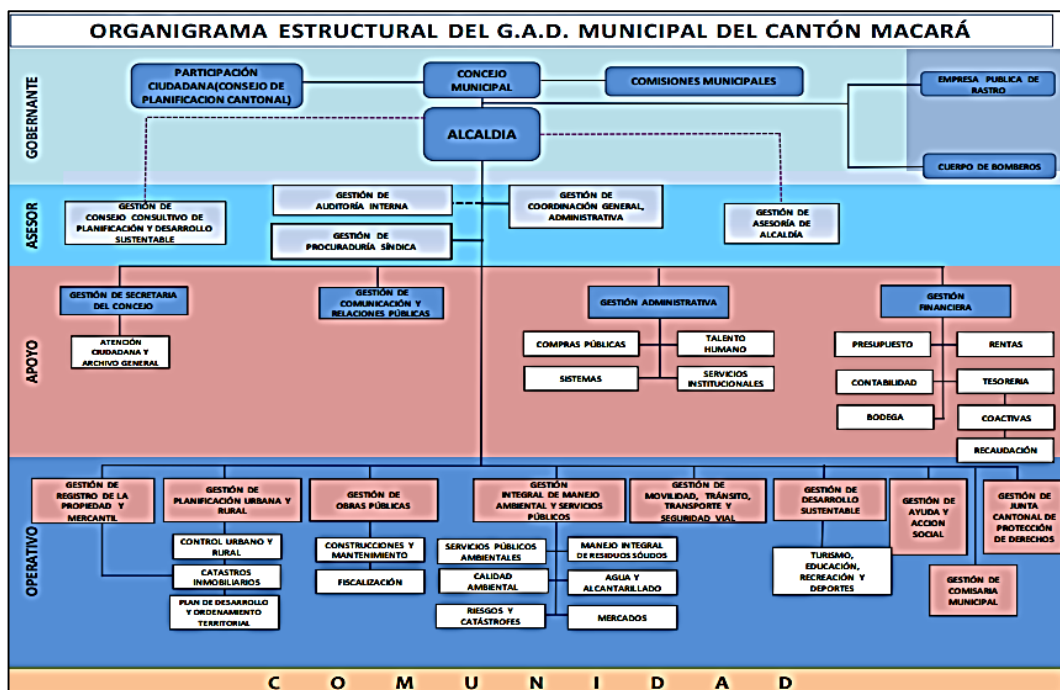


Figura 53 Organigrama Estructural del G.A.D. Municipal del Cantón Macará

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2015)

En el organigrama estructural del cantón se ha creado un área dedicada al Turismo, Educación, Recreación y Deportes que depende del departamento de Gestión Sustentable dentro del sector operativo.

2.2.2.2 Intangibles

Es imprescindible que se analice los recursos intangibles con los que cuenta el GAD Municipal del Cantón Macará para definir su potencialidad para contribuir al desarrollo turístico del cantón Macará.

2.2.2.2.1 Humanos

El talento humano dentro del cantón Macará se ha evaluado continuamente para establecer las falencias y fortalezas que afectan al desarrollo de actividades o proyectos turísticos.

El GAD de Macará ha categorizado a su personal de la siguiente manera:

Tabla 22

Análisis del Talento Humano

| ANALISIS DEL TALENTO HUMANO | | | | | | |
|---|--------------------------------------|---|---|--|---|------------|
| PROCESO | Servidores públicos con nombramiento | Servidores Públicos con servicios profesionales | Servidores públicos con contratos ocasionales | Trabajadores Municipales con contrato indefinido | Trabajadores Municipales con contrato ocasional | TOTAL |
| Gestión de Alcaldía | - | - | - | 1 | - | 1 |
| Gestión de Secretaría del Concejo | 1 | - | 1 | - | - | 2 |
| Gestión de Procuraduría Síndica | 1 | - | - | - | - | 1 |
| Gestión de Registro de la Propiedad y Mercantil | 2 | - | - | - | - | 2 |
| Gestión Comunicación y Relaciones Públicas | 2 | - | - | - | - | 2 |
| Gestión Administrativa | 8 | - | 3 | 11 | - | 22 |
| Gestión Financiera | 12 | - | - | - | - | 12 |
| Gestión de Planificación Urbana y Rural | 7 | 1 | 3 | 3 | 1 | 15 |
| Gestión de Obras Públicas | 1 | - | - | 25 | 1 | 27 |
| Gestión Integral de Manejo Ambiental y Servicios Públicos | 4 | 0 | 1 | 42 | 5 | 52 |
| Gestión de Movilidad, Tránsito, Transporte Y Seguridad Vial | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gestión de Comisaría Municipal | 1 | 1 | 1 | 9 | 2 | 14 |
| Gestión de Desarrollo Sustentable | 1 | 4 | - | 1 | 1 | 7 |
| Gestión de Patronato de Inclusión Social Municipal | 6 | - | 1 | 14 | 1 | 22 |
| Gestión de Junta Cantonal Protección de Derechos | - | - | 1 | - | - | 1 |
| Gestión Empresa Pública de Rastro Municipal –EPRAMA | 2 | - | - | 6 | - | 8 |
| TOTAL | 48 | 6 | 11 | 112 | 11 | 188 |

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Macará, 2014)

Además, el GAD Municipal de Macará en su afán por mejorar la eficiencia dentro de la Institución ha introducido personal calificado y técnico que apoyen las gestiones de los departamentos y direcciones de Gestión de Movilidad y Tránsito, Gestión de Riesgos, Medio Ambiente, Planificación y Turismo. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará 2014, 2014)

2.2.2.2.2 Innovación y creatividad

En el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Macará la innovación y la creatividad no ha ocupado un lugar relevante en estos últimos años; no obstante, el uso de la tecnología para mejorar la comunicación con la población mediante la actualización de la información y la entrega de la misma en tiempo real son las principales innovaciones realizadas en el cantón.

2.2.2.2.2.1 Prestigio y reconocimiento

El GAD Municipal de Macará ha tenido una escasa participación en propuestas basada en la gestión o ejecución de proyectos puesto que la mayoría de planes que se realizan son en función de las necesidades de la población que hasta ahora no se han podido solventar de manera adecuada evitando así que el Municipio pueda centrar sus esfuerzos en otros proyectos.

2.2.3 Análisis FODA

El análisis FODA permite sintetizar y analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del análisis interno y externo realizado previamente.

2.2.3.1 Fortalezas

Es el análisis de los recursos y capacidades que tiene el GAD Municipal de Macará para diferenciarse de la competencia.

Tabla 23**Matriz de Fortalezas**

| ORD. | FORTALEZAS | JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN |
|-------------|---|--|
| 1 | Presupuesto designado para las diferentes áreas del GAD Municipal del cantón incluida el área de Turismo. | Existe un monto del presupuesto destinado a la gestión de las actividades turísticas dentro del cantón |
| 2 | Existe un área dedicada a Turismo, Educación, Recreación y Deporte dentro de la estructura organizacional del GAD Municipal del cantón Macará | Facilita la creación, evaluación y gestión de proyectos centrados en el desarrollo turístico del cantón Macará |
| 3 | Contratación de talento humano técnico y calificado para el área de Turismo, Educación, Recreación y Deportes del GAD Municipal de Macará | Mejora la calidad de los proyectos turísticos creados por el GAD de Macará |

Fuente: Diagnóstico Situacional

Tabla 24**Priorización de las fortalezas**

| ORD. | FORTALEZAS | PRIORIZACIÓN | | |
|-------------|---|---------------------|--------------------|-------------------|
| | | ALTA 5 | MEDIA 3 | BAJA 1 |
| 1 | Existe un área dedicada a Turismo, Educación, Recreación y Deporte dentro de la estructura organizacional del GAD Municipal del cantón Macará | 5 | | |
| 2 | Contratación de talento humano técnico y calificado para el área de Turismo, Educación, Recreación y Deportes del GAD Municipal de Macará | 5 | | |
| 3 | Presupuesto designado para las diferentes áreas del GAD Municipal del cantón incluida el área de Turismo. | 5 | | |

Fuente: Diagnóstico Situacional

2.2.3.2 Oportunidades

Se analizarán los factores del entorno del GAD Municipal de Macará que resultan favorables para el desarrollo turístico en el cantón Macará.

Tabla 25

Matriz de Oportunidades

| ORD. | OPORTUNIDADES | JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN |
|------|--|--|
| 1 | Perú es un potencial emisor de turistas hacia Ecuador | Perú tiene un INB (Índice Nacional Bruto) superior al Ecuador |
| 2 | La necesidad de investigaciones en el ámbito turístico que contribuyan a la creación de nuevas fuentes de empleo | La tasa de desempleo es relativamente baja; sin embargo, es necesario crear proyectos que mitiguen este problema. |
| 3 | Turistas peruanos tienen acceso a una mayor cantidad de servicios y bienes en Ecuador | La inflación ecuatoriana está en declive y se mantendría hasta el próximo año |
| 4 | El crecimiento constante del PIB turístico | Estimula la creación de productos, bienes y servicios turísticos para el consumo de los visitantes del Perú que ingresan por la frontera terrestre internacional |
| 5 | Rápido crecimiento de la balanza turística del Ecuador | Favorece la implementación de servicios que interesen al turista peruano por parte de prestadores de bienes y servicios, y nuevos emprendedores. |
| 6 | El continuo descenso de la migración desde el cantón hacia otras ciudades y países | Facilita la creación de proyectos en colaboración con la colectividad para incentivar al turismo receptivo |
| 7 | El cantón Macará tiene el grupo humano adecuado para prestar servicios a los turistas peruanos | Gran parte de la población macareña está en edad productiva |
| 8 | Interés de la población de Macará en actividades relacionadas al sector turístico | Actividades afines al turismo ocupan un lugar importante entre las actividades de mayor penetración económica de Macará |
| 9 | Fortalecimiento de la integración con los grupos minoritarios del cantón por medio del turismo. | El 9 % de la población macareña está conformada por grupos étnicos que son propios del sector |
| 10 | Los turistas de Perú que ingresan al Ecuador tienen capacidad de gasto | La mayoría de turistas peruanos están en una edad productiva |
| 11 | Localización del cantón Macará | Favorece el aprovechamiento de los espacios para la implementación de actividades de turismo |
| 12 | Implementación de sistemas de información turística | Categorización y organización de la información turística referente a todo el Ecuador que permita la creación de iniciativas en favor del turismo receptivo. |

CONTINÚA



| | | |
|----|---|---|
| 13 | Interés del GAD Municipal de Macará en el desarrollo de proyectos turísticos | Mejoramiento de la infraestructura turística por parte del GAD |
| 14 | Creación de planes, programas y proyectos en favor del turismo | Permiten orientar correctamente el desarrollo de la actividad turística del cantón Macará |
| 15 | Convenios internacionales entre Ecuador y Perú en el ámbito turístico especialmente para el desarrollo económico de los pueblos fronterizos | Facilitan la difusión de información turística del cantón en el Perú. |
| 16 | Atractivos naturales de Macará de gran importancia para Ecuador | La mayoría de los atractivos naturales son endémicos |
| 17 | Atractivos culturales de interés | Existen vestigios arqueológicos importantes relacionados a la Historia preincaica del Ecuador |
| 18 | Establecimientos con capacidad para brindar un buen servicio a los turistas peruanos en el cantón Macará | Establecimientos turísticos calificados como segunda y tercera categoría por el Ministerio de Turismo |

Fuente: Diagnóstico Situacional

Tabla 26

Priorización de las Oportunidades

| ORD. | OPORTUNIDADES | PRIORIZACIÓN | | |
|------|--|--------------|------------|-----------|
| | | ALTA 5 | MEDIA 3 | BAJA 1 |
| 1 | Perú es un potencial emisor de turistas hacia Ecuador | 5 | | |
| 2 | La necesidad de investigaciones en el ámbito turístico que contribuyan a la creación de nuevas fuentes de empleo | | 3 | |
| 3 | Turistas peruanos tienen acceso a una mayor cantidad de servicios y bienes en Ecuador | | 3 | |
| 4 | El crecimiento constante del PIB turístico | 5 | | |
| 5 | Rápido crecimiento de la balanza turística del Ecuador | 5 | | |
| 6 | El continuo descenso de la migración desde el cantón hacia otras ciudades y países | | 3 | |
| 7 | Interés de la población de Macará en actividades relacionadas al sector turístico | 5 | | |
| 8 | El cantón Macará tiene el grupo humano adecuado para prestar servicios a los turistas peruanos | | 3 | |
| 9 | Fortalecimiento de la integración con los grupos minoritarios del cantón por medio del turismo. | | | 1 |
| 10 | Los turistas de Perú que ingresan al Ecuador tienen capacidad de gasto | | 3 | |
| 11 | Localización del cantón Macará | 5 | | |

CONTINÚA



| | | | | |
|----|---|----------|----------|----------|
| 12 | Implementación de sistemas de información turística | | | 1 |
| 13 | Interés del GAD Municipal de Macará en el desarrollo de proyectos turísticos | 5 | | |
| 14 | Creación de planes, programas y proyectos en favor del turismo | | 3 | |
| 15 | Convenios internacionales entre Ecuador y Perú en el ámbito turístico especialmente para el desarrollo económico de los pueblos fronterizos | 5 | | |
| 16 | Atractivos naturales de Macará de gran importancia para Ecuador | 5 | | |
| 17 | Atractivos culturales de interés | 5 | | |
| 18 | Establecimientos con capacidad para brindar un buen servicio a los turistas peruanos en el cantón Macará | 5 | | |

Fuente: Diagnóstico Situacional

2.2.3.3 Debilidades

Los factores negativos internos del GAD Municipal del cantón Macará que afectan negativamente el funcionamiento de cada una de las áreas.

Tabla 27

Matriz de Debilidades

| ORD. | DEBILIDADES | JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN |
|-------------|---|---|
| 1 | Limitado desarrollo de programas y proyectos tecnológicos en el GAD que beneficien al Turismo | El GAD Municipal de Macará cuenta con equipos informáticos en su mayoría obsoletos |
| 2 | Escaso desarrollo de la innovación y creatividad en temas turísticos dentro del cantón | Estanca el impulso de la actividad turística a través de la diferenciación de productos o servicios |
| 3 | Falta de mantenimiento y cuidado en la mayoría de áreas del GAD Municipal de Macará | Limita la gestión de iniciativas turísticas creadas por el personal del GAD Municipal de Macará. |
| 4 | Obsolescencia de los equipos informáticos de las áreas del GAD Municipal de Macará | Dificulta el manejo de la información turística que es de utilidad para el desarrollo de proyectos |

Fuente: Diagnóstico Situacional

Tabla 28**Priorización de debilidades**

| ORD. | DEBILIDADES | PRIORIZACIÓN | | |
|------|---|--------------|------------|-----------|
| | | ALTA 5 | MEDIA 3 | BAJA 1 |
| 1 | Limitado desarrollo de programas y proyectos tecnológicos en el GAD que beneficien al Turismo | 5 | | |
| 2 | Escaso desarrollo de la innovación y creatividad en temas turísticos dentro del cantón | | 3 | |
| 3 | Falta de mantenimiento y cuidado en la mayoría de áreas del GAD Municipal de Macará | | 3 | |
| 4 | Obsolescencia de los equipos informáticos de las áreas del GAD Municipal de Macará | 5 | | |

Fuente: Diagnóstico Situacional

2.2.3.4 Amenazas

Se hace referencia a los factores del entorno que afectan negativamente al funcionamiento del GAD Municipal del cantón Macará.

Tabla 29**Matriz de amenazas**

| ORD. | AMENAZAS | JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN |
|------|--|---|
| 1 | Emigración del contingente humano con capacidad y habilidad para desarrollar proyectos turístico en Macará | Poco crecimiento poblacional existente en el cantón Macará |
| 2 | Insuficiente talento humano con conocimientos de tercer nivel o superior relacionadas al sector turístico | Limita la creación y gestión de nuevas iniciativas o propuestas relativas al sector turístico |
| 3 | Sistema vial entre Ecuador y Perú en mal estado | Limitada accesibilidad de los visitantes peruanos a los servicios turísticos del cantón |
| 4 | Limitado suministro de servicios básicos en algunos sectores del cantón Macará | Dificulta la entrega de servicios de calidad que garanticen la salud de los turistas |

CONTINÚA



| | | |
|---|--|---|
| 5 | Limitado suministro de servicios de telecomunicación en algunas zonas del cantón | Impide la difusión y gestión de información referente al desarrollo de las actividades turísticas |
| 6 | Escaso uso de nuevas tecnologías turísticas | Obstaculiza para la entrega de servicios de forma fácil, ágil y segura |
| 7 | Priorización del turista peruano hacia otros mercados en América | Principales países receptores de turistas peruanos, son los países que compiten con Ecuador en la captación de turistas peruanos |
| 8 | Destinos turísticos de la provincia de Loja visitados por los peruanos | Son los destinos turísticos que visitan los peruanos dentro de la provincia que tienen características similares a los atractivos del cantón Macará |

Fuente: Diagnóstico Situacional

Tabla 30

Priorización de amenazas

| ORD. | AMENAZAS | PRIORIZACIÓN | | |
|------|--|--------------|------------|-----------|
| | | ALTA 5 | MEDIA 3 | BAJA 1 |
| 1 | Emigración del contingente humano con capacidad y habilidad para desarrollar proyectos turístico en Macará | 5 | | |
| 2 | Insuficiente talento humano con conocimientos de tercer nivel o superior relacionadas al sector turístico | 5 | | |
| 3 | Sistema vial entre Ecuador y Perú en mal estado | 5 | | |
| 4 | Limitado suministro de servicios de telecomunicación en algunas zonas del cantón | | 3 | |
| 5 | Escaso uso de nuevas tecnologías turísticas | | | 1 |
| 6 | Priorización del turista peruano hacia otros mercados en América | | 3 | |
| 7 | Destinos turísticos de la provincia de Loja visitados por los peruanos | | 3 | |
| 8 | Limitado suministro de servicios básicos en algunos sectores del cantón Macará | 5 | | |

Fuente: Diagnóstico Situacional

2.2.4 Matriz de resumen FODA

En el resumen FODA se va a tomar en cuenta las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con prioridad de nivel 5.

Tabla 31

Resumen FODA

| ANALISIS INTERNO | ANALISIS EXTERNO |
|---|---|
| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
| Existe un área dedicada a Turismo, Educación, Recreación y Deporte dentro de la estructura organizacional del GAD Municipal del cantón Macará | Perú es un potencial emisor de turistas hacia Ecuador |
| Contratación de talento humano técnico y calificado para el área de Turismo, Educación, Recreación y Deportes del GAD Municipal de Macará | El crecimiento constante del PIB turístico |
| Presupuesto designado para las diferentes áreas del GAD Municipal del cantón incluida el área de Turismo. | Rápido crecimiento de la balanza turística del Ecuador |
| | Interés de la población de Macará en actividades relacionadas al sector turístico |
| | Localización del cantón Macará |
| | Interés del GAD Municipal de Macará en el desarrollo de proyectos turísticos |
| | Convenios internacionales entre Ecuador y Perú en el ámbito turístico especialmente para el desarrollo económico de los pueblos fronterizos |
| | Atractivos naturales de Macará de gran importancia para Ecuador |
| | Atractivos culturales de interés |
| | Establecimientos con capacidad para brindar un buen servicio a los turistas peruanos en el cantón Macará |
| DEBILIDADES | AMENAZAS |
| Limitado desarrollo de programas y proyectos tecnológicos en el GAD que beneficien al Turismo | Emigración del contingente humano con capacidad y habilidad para desarrollar proyectos turístico en Macará |
| Obsolescencia de los equipos informáticos de las áreas del GAD Municipal de Macará | Insuficiente talento humano con conocimientos de tercer nivel o superior relacionadas al sector turístico |
| | Limitado suministro de servicios básicos en algunos sectores del cantón Macará |
| | Sistema vial entre Ecuador y Perú en mal estado |

Fuente: Diagnóstico Situacional

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Es trascendental el análisis de la oferta y la demanda de los atractivos turísticos y, de los productos y servicios para determinar la penetración de la actividad turística local en el mercado de los turistas peruanos y su influencia en el desarrollo económico del cantón.

3.1 Estudio de la oferta

En esta investigación se considera como oferta a los atractivos turísticos existentes en el cantón y a los prestadores de servicios que se dedican a actividades turísticas, los cuales serán analizados para definir su importancia en el desarrollo de la actividad dentro del cantón.

3.1.1 Descripción del producto o servicio

Dentro de los productos y servicios ofertados dentro del cantón Macará están los atractivos turísticos y las actividades turísticas que se desarrollan.

Los atractivos turísticos ofertados en el cantón Macará se dividen en atractivos culturales y naturales. Los atractivos naturales son de mayor relevancia debido a su estado de endemismo mientras que los atractivos culturales son creaciones humanas modernas de interés y creaciones pre incaicas de gran relevancia para la historia del Ecuador.

Dentro de la oferta turística del cantón Macará están los siguientes atractivos turísticos:

- Parque de la Madre
- Parque Amazonas
- Parque Temático Santa Marianita
- Altar de la Patria
- Templete María Auxiliadora
- Atrio de la Iglesia Central
- Petroglifos
- Gastronomía
- La Lajilla
- Fondos Azules
- La Cruz del Panadero

- El Resbaloncito
- Playa Guayabito
- Reserva Jorupe
- Reserva Natural Laipuna

Asimismo, los establecimientos que ofrecen actividades relacionadas al turismo en el cantón Macará se detallan a continuación

Tabla 32

Establecimientos según categoría

| N. | RAZÓN SOCIAL | TIPO DE ACTIVIDAD TURÍSTICA | TIPO DE ESTABLECIMIENTO | CATEGORÍA |
|----|------------------------------------|-----------------------------|-------------------------|-----------|
| 1 | El Conquistador | Alojamiento | Hostal | Segunda |
| 2 | Colina | Alojamiento | Hostal | Segunda |
| 3 | Karina | Alojamiento | Hostal | Segunda |
| 4 | Santigyn | Alojamiento | Hostal | Segunda |
| 5 | Tierra Verde | Alojamiento | Hostal | Segunda |
| 6 | Espiga de Oro | Alojamiento | Hostal | Segunda |
| 7 | Hostal del Sur | Alojamiento | Hostal | Tercera |
| 8 | Los Arrozales | Alojamiento | Hostal Residencia | Segunda |
| 9 | Bekalus | Alojamiento | Hostal Residencia | Tercera |
| 10 | Gran Hostal Macará | Alojamiento | Hostal Residencia | Tercera |
| 11 | Luz de América | Alojamiento | Hostal Residencia | Tercera |
| 12 | Pepe's Break | Alimentos y bebidas | Cafetería | Tercera |
| 13 | El Sabor Selecto | Alimentos y bebidas | Restaurante | Segunda |
| 14 | SiSon Pollos | Alimentos y bebidas | Restaurante | Tercera |
| 15 | D'Marcos | Alimentos y bebidas | Restaurante | Tercera |
| 16 | El Emperador | Alimentos y bebidas | Restaurante | Tercera |
| 17 | Los Delfines | Alimentos y bebidas | Restaurante | Tercera |
| 18 | El Rincón de los 7 Calamares | Alimentos y bebidas | Restaurante | Tercera |
| 19 | Los Arrecifes del Bucanero Bárbaro | Alimentos y bebidas | Restaurante | Tercera |
| 20 | Discoteca D'Marcos | Recreación y Esparcimiento | Discoteca | Segunda |
| 21 | Club ANSA | Intermediación | Seminarios y Eventos | - |
| 22 | Club Macará | Intermediación | Seminarios y Eventos | - |

Fuente: Investigación de campo

En la Tabla N.32 se muestra los establecimientos turísticos que se han tomado en cuenta para el trabajo de investigación basándose en las categorías que han sido asignadas por el Ministerio de Turismo del Ecuador verificadas en el trabajo de campo. Además, se ha incluido a los establecimientos de intermediación sin categorización como fuente adicional de información a efectos de determinar su influencia en el desarrollo turístico dentro del cantón.

3.1.2 Determinación de la población de estudio de la oferta

Para el análisis de la oferta se va tomar como referencia a los prestadores de servicios turísticos de las actividades de alojamiento, alimentos y bebidas e intermediación que pertenezcan al cantón Macará que se indican en la Tabla N. 32.

3.1.3 Determinación de censo

En el cantón Macará existen aproximadamente 20 establecimientos registrados en el Catastro del Ministerio de Turismo dentro de las categorías tercera, segunda y primera para el año 2011; además, se ha determinado que existen 2 empresas que se dedican a servicios de intermediación específicamente de seminarios y eventos; es decir, que existen en total 22 establecimientos a ser encuestados, debido a que es un número limitado de establecimientos se va proceder a realizar un censo.

3.1.4 Instrumento de recolección de información

El instrumento de recolección de datos se realizará mediante una encuesta dirigida a los prestadores de servicios del cantón Macará.

Este instrumento permite conocer la apreciación de los prestadores servicios respecto a los turistas de origen peruano para valorar el aporte tanto económico como social a la localidad. (Anexo 5 y 6)

3.1.5 Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta, se establecerá la antigüedad de los establecimientos turísticos tomados en cuenta en la investigación para proyectar su crecimiento en los próximos años.

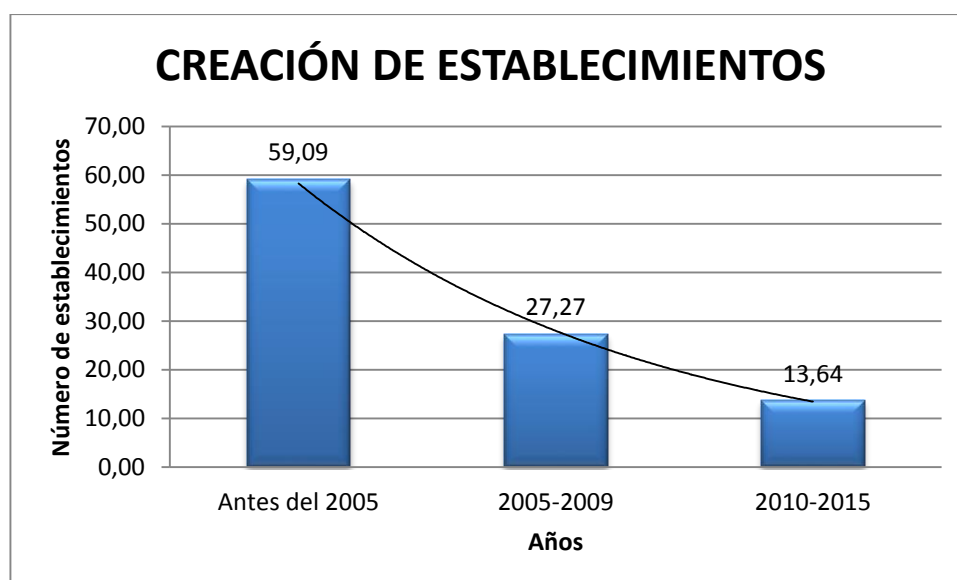
En la siguiente tabla se muestra la creación de establecimientos hasta el año 2015.

Tabla 33**Antigüedad de los Establecimientos**

| ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS | | | |
|------------------------------------|----------------------------|------------|-------------|
| AÑOS | NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS | PORCENTAJE | % ACUMULADO |
| Antes del 2005 | 13 | 59.09% | 59.09% |
| 2005-2009 | 6 | 27.27% | 86.36% |
| 2010-2015 | 3 | 13.64% | 100.00% |

Fuente: Investigación de campo

Para visualizar la información previa en números se muestra a continuación un gráfico:

**Figura 54 Creación de Establecimientos**

Acorde a la información anterior se observa que el 59,09 % de los establecimientos fueron creados antes del 2005, el 27,7 % fueron creados del 2005 al 2009 y apenas el 13,64% se crearon del 2010 al 2015. Del mismo modo, se advierte que el 86,36% de los establecimientos estudiados tienen más de 6 años de funcionamiento; es decir, que ha existido una estabilidad en los establecimientos que ofrecen servicios relacionados al turismo; sin embargo, se nota que la predisposición para la creación de nuevos establecimientos es bastante baja debido al entorno actual del país.

Con la información previa, se realizó una proyección para dos periodos siguientes que se muestra en la siguiente figura:

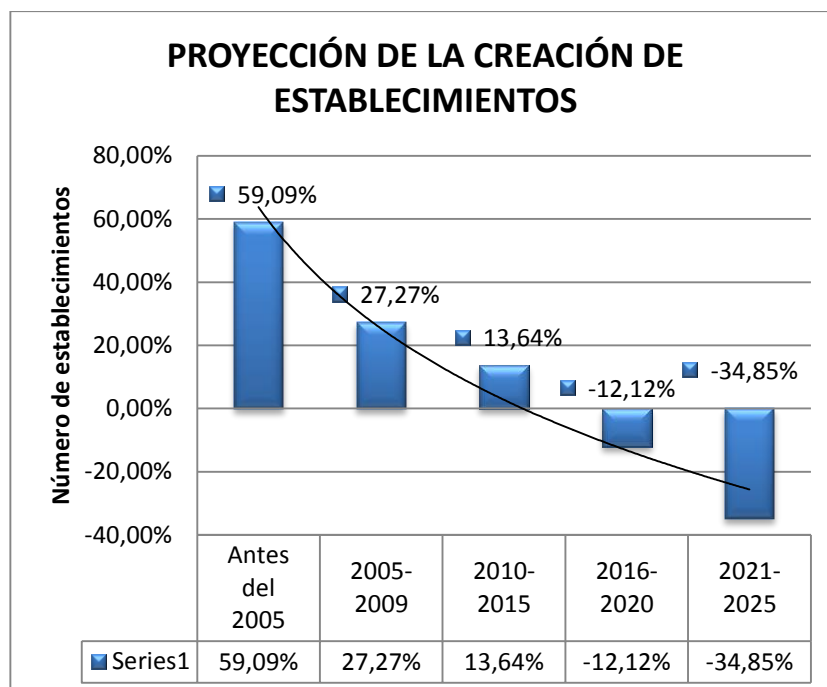


Figura 55 Proyección de la creación de establecimientos

Según la figura N.55, se proyecta que para el periodo 2016-2020 si se mantienen las condiciones actuales no se crearán establecimientos turísticos dentro del cantón; asimismo, para el periodo 2021-2025 se prevé que no existirán nuevas empresas dentro del sector turístico.

Tomando como referencia la información previa, la situación del cantón Macará es poco alentadora para los establecimientos que prestan servicios relacionados al turismo; de acuerdo al estudio de campo realizado, los propietarios y empleados de los establecimientos coinciden en que la economía actual del país perjudica enormemente el desarrollo de las actividades turísticas; de igual manera, al ser un cantón fronterizo existe mayor facilidad para la salida de dólares hacia Perú puesto que el cambio de la moneda de dólares a soles resulta bastante conveniente haciendo que los turistas ecuatorianos visiten Perú frecuentemente y que los turistas peruanos se limiten a visitar Ecuador por considerar los costos muy elevados.

3.2 Estudio de la demanda

Es transcendental en el estudio de mercado evaluar a los clientes o consumidores de los servicios turísticos en el cantón Macará; por consiguiente, para el estudio de la demanda se tomará información de los turistas peruanos.

3.2.1 Determinación de la población de estudio de la demanda

Para el presente trabajo de investigación se tomará como referencia a los turistas peruanos que ingresan por la Jefatura de Migración de Macará que de acuerdo al INEC en el 2014 fue de 12 391 personas.

3.2.2 Determinación de la muestra

Para desarrollar la muestra se tomará en cuenta la fórmula de Murray y Larry, que se expresa así:

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{(N - 1)d^2 + Z^2 * p * q}$$

En donde:

n = Representa el tamaño de la muestra.

N = Representa el tamaño de la población.

p: Proporción esperada 89 %= 0.89

q: Representa la probabilidad en contra (1 – p = 1 -0.89 = 0.11)

Z_a: Este valor se refiere al nivel de confianza, en caso de no tener el dato referencial se utiliza 95% o 1.96.

d = Nivel de precisión (5 % = 0.05)

Se debe plantear la fórmula de la siguiente manera:

N: 12 391

n: ?

Entonces:

$$n = \frac{12391 * 1.96^2 * 0.89 * 0.11}{(12391 - 1)0.05^2 + 1.96^2 * 0.89 * 0.11}$$

$$n = \frac{4660.163902}{30.975 + 3.84 * 0.89 * 0.11}$$

$$n = \frac{4660.163902}{30.975 + 0.37609264}$$

$$n = \frac{4660.163902}{31.35109264}$$

$$n = 148.64$$

$$n = 150$$

De acuerdo al resultado se puede decir que se debe encuestar a aproximadamente a 150 personas para obtener información suficiente para desarrollar el estudio de mercado.

3.2.3 Técnicas de muestreo

La técnica de muestreo que se utilizará será aleatorio simple debido a que la información será recolectada en la zona fronteriza sin distinción de ningún turista peruano; es decir, que cualquiera de ellos puede ser encuestado.

La muestra será tomada a partir del 16 de diciembre del 2015 hasta el 8 de enero del 2016 debido a que estos meses son considerados de mayor afluencia de turistas peruanos hacia Ecuador.

3.2.4 Instrumento de recolección de información

El instrumento que se utilizará para la investigación será una encuesta dirigida a los turistas peruanos que brindará información referente a la capacidad de gasto por tipo de servicio requerido, sus intereses y necesidades. (Anexo 7)

3.2.5 Situación de la demanda actual

De acuerdo al trabajo de campo realizado en el cantón Macará, se puede determinar algunos aspectos importantes de los turistas peruanos que contribuyen al análisis situación del turismo receptivo en la actualidad.

Uno de ellos es el origen por departamentos de los turistas para definir quiénes están interesados en conocer Ecuador, esta información se observa mediante la siguiente figura de pastel:

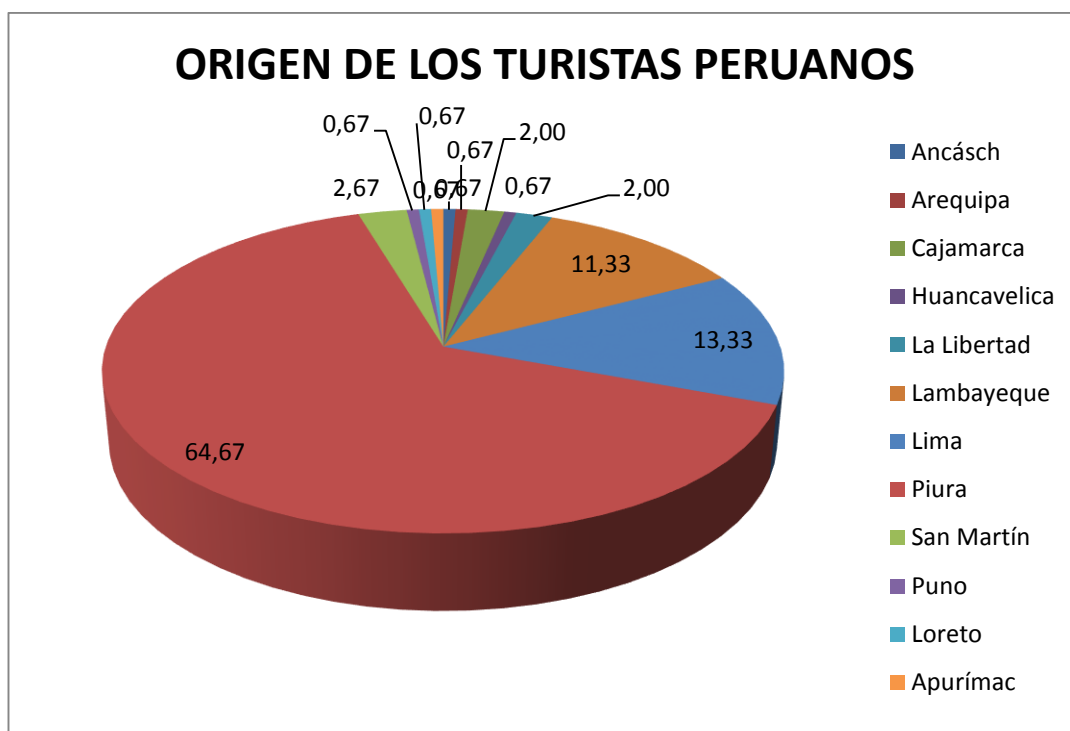


Figura 56 Origen por departamentos de los turistas peruanos

Se observa que la mayoría de turistas que visitan Ecuador son del departamento de Piura con el 64,67%, seguido por el de Lima con el 11,33%, de Lambayeque con el 11,33 % y un 10,67% que se divide entre los departamentos de Cajamarca, La libertad, Puno, San Martín, Ancash, Arequipa y Huancavelica. Asimismo, se puede decir que en el caso de Piura y Lambayeque se debe a que se encuentra muy cerca de la frontera de Macará tal y como se ve en el mapa (figura N.56) y en el caso de Lima se debe a que es el departamento más poblado de Perú con 9 900 000 habitantes aproximadamente según el Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú (INEI) lo cual lo convierte en un potencial emisor de turistas hacia todas las fronteras terrestres tanto de Ecuador como de otros países con los que limita. (Instituto Nacional de Estadística e Informatica de Peru-INEI, 2015)

Para una mejor observación se muestra el siguiente mapa con los principales departamentos de origen de los turistas peruanos, donde en amarillo se encuentran los de mayor afluencia y en café los departamentos con menor afluencia:



Figura 57 Mapa de los departamentos de Perú.

Fuente: (Mi Atlas, 2015)

En cuanto a los lugares de visita de los turistas peruanos en Ecuador se explica el siguiente gráfico:

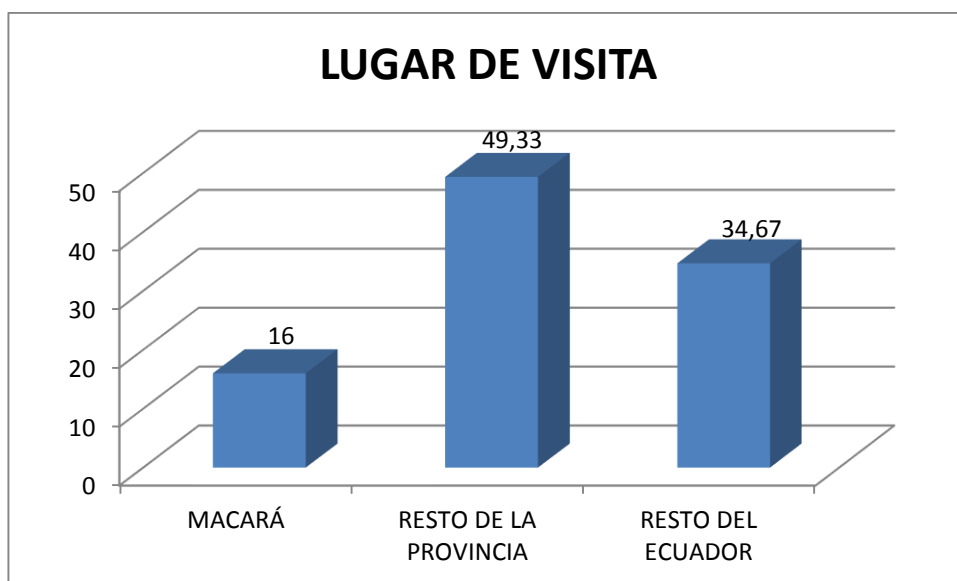


Figura 58 Lugar de visita en Ecuador

Según la figura anterior, los turistas peruanos visitan principalmente el resto de la provincia de Loja con el 49,33 %, un 34,67 % visita el resto del Ecuador y solamente el 16 % pernocta en Macará; es decir, que Macará es solo un punto de tránsito para la mayoría de turistas de Perú.

3.2.6 Definición del perfil del cliente

Después del análisis de la información, se determinó que los turistas que visitan Ecuador tienen una edad comprendida entre 35 a 49 años, son de género masculino en su gran mayoría, su principal interés es realizar actividades de turismo, su lugar de procedencia es el departamento de Piura, ingresan al país 2 veces al año, pernoctan de 1 a 2 días aproximadamente, la mayor parte se movilizan en transporte público, su percepción del gasto por la adquisición de cada servicio turístico es de 6 a 10 dólares y el gasto promedio total esperado es de hasta 200 dólares por persona.

3.2.7 Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda se fundamentara el estudio en los grupos humanos en función de su departamento de origen para determinar el crecimiento o decrecimiento de los turistas peruanos en los siguientes tres años haciendo énfasis en los de mayor emisión de turistas.

De acuerdo con el trabajo realizado, el 64% de los turistas peruanos son de Piura, el 13 % de Lima y el 11% de Lambayeque como principales lugares de origen.

Es así, que en el 2014 se registraron 12 391 ingresos por la frontera de Macara, suponiendo que de esa cantidad el 64% son piuranos tenemos que 7930 personas de Piura visitan Ecuador al año; de igual manera de Lima serían 1610 personas y de Lambayeque 1363 personas, tal y como se explica en la siguiente tabla:

Tabla 34

Entrada al Ecuador de turistas peruanos por departamento

| ENTRADAS AL ECUADOR POR DEPARTAMENTO | | |
|---|-----------------------------|------------------------------|
| DEPARTAMENTO | % Entrada al Ecuador | Número de Extranjeros |
| Piura | 64 % | 7930 |
| Lima | 13 % | 1611 |
| Lambayeque | 11 % | 1363 |

Fuente: Investigación de campo

Asimismo, el INEI de Perú prevé que la población crezca un 1,07% cada año hasta el 2021, por lo tanto se espera que los departamentos estudiados crezcan de la siguiente manera:

Tabla 35

Crecimiento de la población de Perú por departamentos

| CRECIMIENTO DE LA POBLACION POR DEPARTAMENTOS | | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
| DEPARTAMENTO | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Piura | 1.844.129 | 1.863.861 | 1.883.804 | 1.903.961 |
| Lima | 9.834.631 | 9.939.862 | 10.046.218 | 10.153.712 |
| Lambayeque | 1.260.650 | 1.274.139 | 1.287.772 | 1.301.551 |

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú-INEI, 2015)

Relacionando la población de cada departamento con el número de personas que ingresan al Ecuador resultó que el 0,46% de la población de Piura visita Ecuador al año por la frontera de Macara, el 0,02 % de la población de Lima y el 0,11% de Lambayeque, tal y como se expresa en la tabla:

Tabla 36

Proyección de la demanda por departamento de origen

| PROYECCION DE LOS TURISTAS PERUANOS POR DEPARTAMENTOS | | | | |
|---|------|------|------|------|
| DEPARTAMENTO | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Piura | 7930 | 8015 | 8100 | 8187 |
| Lima | 1611 | 1988 | 2009 | 2031 |
| Lambayeque | 1363 | 1402 | 1417 | 1432 |

Fuente: Investigación de campo

Para una mejor observación se ha realizado el siguiente gráfico de columnas que se muestra a los tres principales departamentos emisores de turistas hacia el Ecuador por la frontera de Macara proyectados para los próximos tres años.

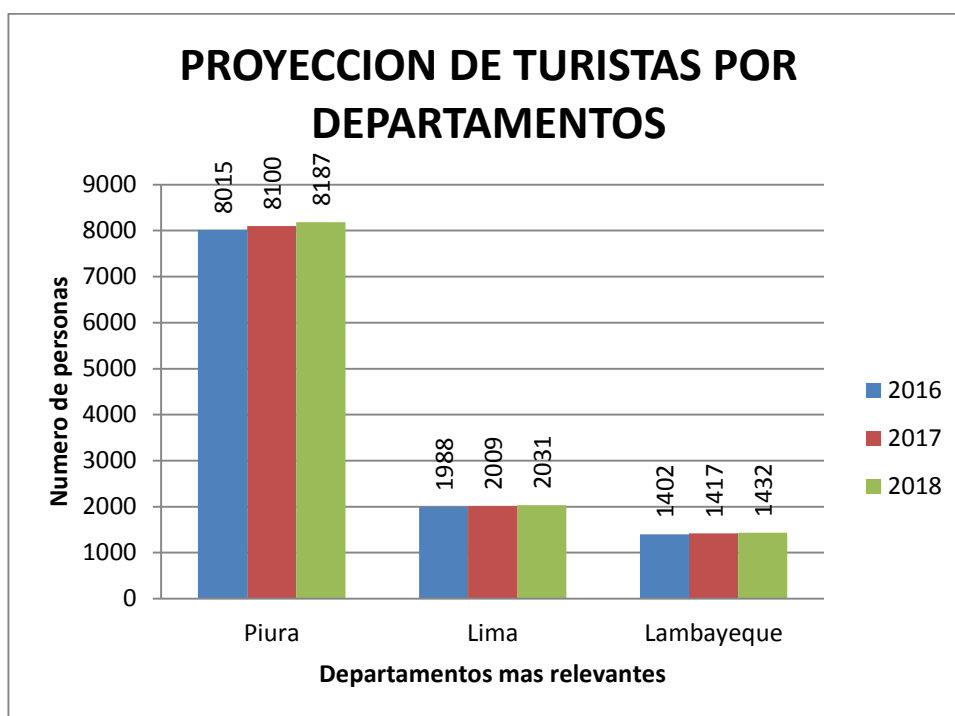


Figura 59 Proyección de Turistas por Departamento

En la figura anterior se advierte que el crecimiento es bastante discreto puesto que el aumento no sobrepasa los 100 visitantes en cada año en ninguno de los tres departamentos lo que cual significa que es bastante bajo.

A continuación se expresa la misma información acumulada:

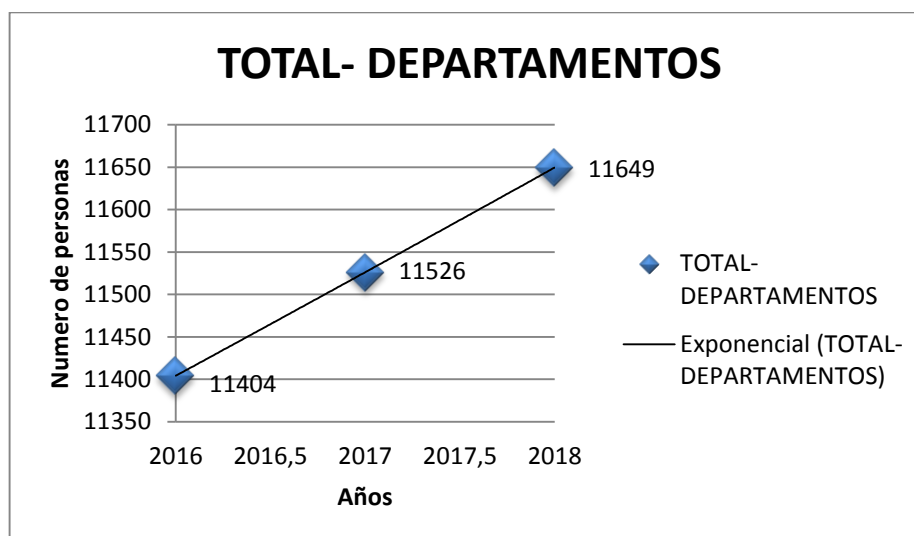


Figura 60 Proyección de los tres departamentos

De acuerdo a la figura N.60 se visualiza un leve crecimiento en el ingreso de turistas de los tres departamentos de estudio para los próximos 3 años; es decir que la tendencia de la demanda es al alza.

En este punto, es importante analizar la motivación de los turistas para ingresar al Ecuador. Remitiéndose a la información recabada en las encuestas se vislumbra que 89 personas visitan Ecuador por turismo que es el 59,3 % de los encuestados. De este grupo 50 personas son de Piura, 16 de Lima y 13 de Lambayeque.

De la misma manera, se definió que el 51,5 % de piuranos, el 80% de limeños y el 76,5 % de lambayecanos visitan el Ecuador por ocio. Relacionando esta información con el número de entradas a Ecuador por departamentos se obtiene la siguiente tabla.

Tabla 37

Visita de turismo al Ecuador por departamentos

| VISITA POR TURISMO AL ECUADOR POR DEPARTAMENTOS | | | |
|---|--------------------|-------------|---------------|
| DEPARTAMENTO | ENTRADAS – ECUADOR | % OCIO-DEPT | # DE PERSONAS |
| Piura | 7930 | 51.5 | 4084 |
| Lima | 1611 | 80 | 1289 |
| Lambayeque | 1363 | 76.5 | 1043 |

Fuente: Investigación de campo

Igualmente se proyecta para tres años el ingreso exclusivamente por ocio, como en la siguiente tabla:

Tabla 38

Proyección de visitas por turismo por departamentos

| PROYECCIÓN DE VISITAS POR TURISMO POR DEPARTAMENTOS | | | |
|---|------|------|------|
| DEPARTAMENTOS | 2016 | 2017 | 2018 |
| Piura | 4128 | 4172 | 4216 |
| Lima | 1590 | 1607 | 1625 |
| Lambayeque | 1072 | 1084 | 1095 |

Fuente: Investigación de campo

Para una mejor observación se muestra el siguiente gráfico:

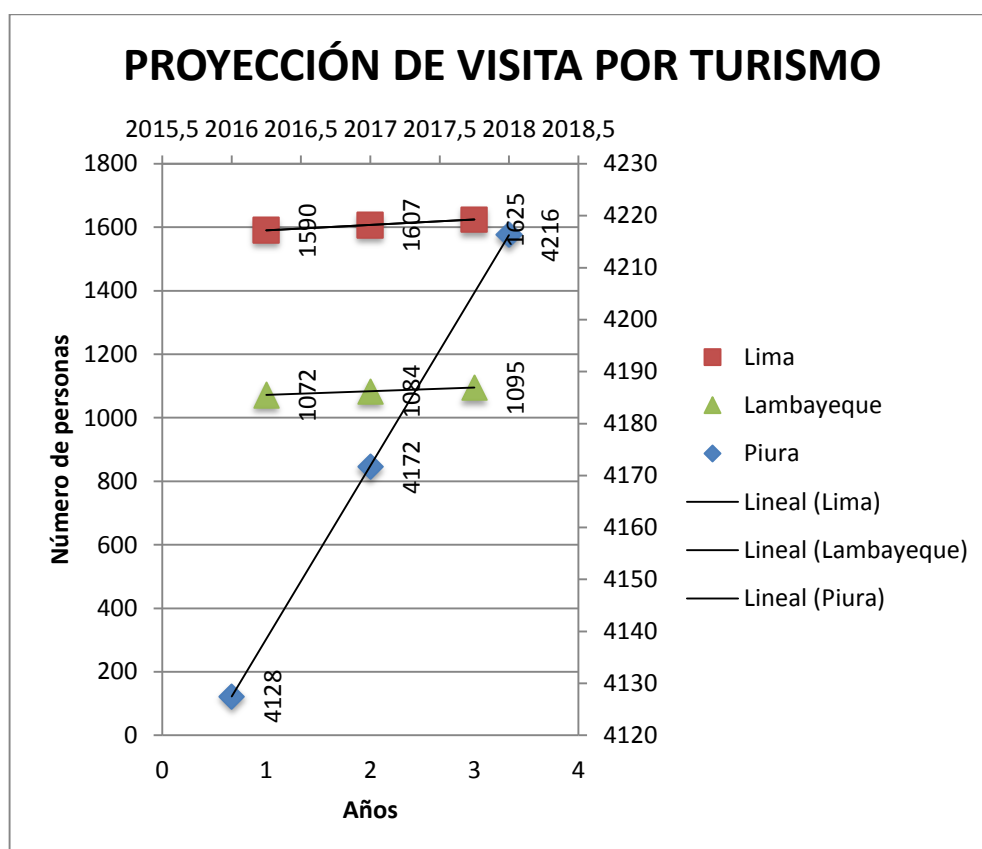


Figura 61 Proyección de visita por turismo por departamentos

Se puede observar que el aumento de turistas de Lambayeque y Lima es casi imperceptible mientras que los turistas de Piura muestran un aumento medianamente notorio. En general este crecimiento es poco significativo para la actividad turística dentro del cantón y por ende del país.

3.3 Análisis de precios

Para analizar los precios al consumidor se va a recurrir al trabajo de campo realizado con anterioridad tomando en cuenta la opinión de las personas que requieren estos servicios en

3.3.1 Percepción del precio por el consumidor

Para determinar la percepción del consumidor se va a mostrar la disposición de los mismos al gasto en diferentes actividades relacionadas al turismo en Ecuador como alojamiento, alimentos y bebidas, seminarios y eventos (intermediación), y recreación y esparcimiento.

En alojamiento se ha obtenido la siguiente información que se ha resumido en un gráfico de pastel:

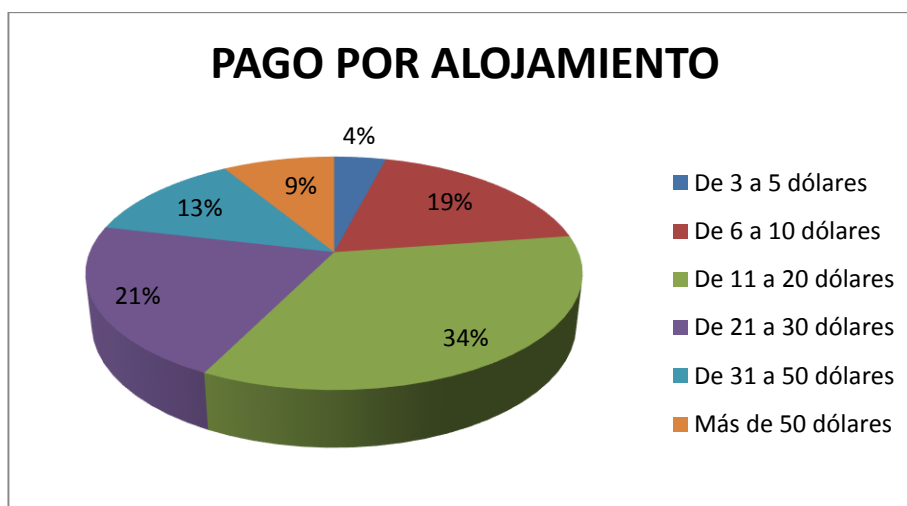


Figura 62 Pago por alojamiento

Acorde al gráfico anterior, se visualiza que el 35% está dispuesto a pagar de 11 a 20 dólares, el 21 % de 21 a 30 dólares, el 18% de 6 a 10 dólares, el 13% de 31 a 50 dólares, el 9% más de 50 dólares y el 4% de 3 a 5 dólares.

Analizando esta información la mayoría de personas está dispuesta a pagar un valor bastante apropiado para los establecimientos hoteleros de la localidad, lo cual es positivo para la actividad turística.

En alimentación y bebida, se expone la siguiente información:

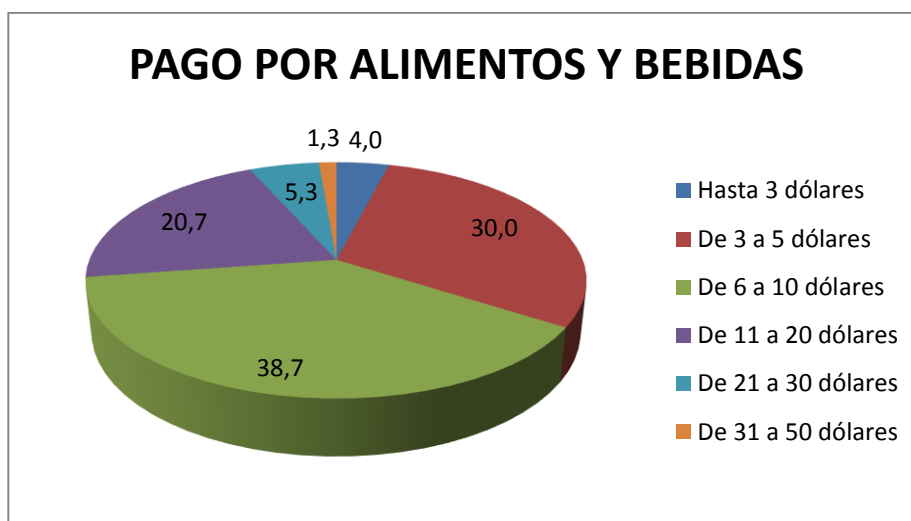


Figura 63 Pago por alimentos y bebidas

Conforme al cuadro anterior, se observa que la mayoría de personas con un 38,7% están dispuestas a pagar de 6 a 10 dólares por un menú en Ecuador, el 30% de 3 a 5 dólares, el 20,7% de 11 a 20 dólares, el 5,3% de 21 a 30 dólares, el 4% hasta 3 dólares y el 1,3% de 31 a 50 dólares.

Considerando la información previa, la mayoría de turistas peruanos perciben el gasto en alimentación y bebidas con valores bastante adecuados al costo de los mismos en Ecuador.

En recreación y esparcimiento, se recabó la siguiente información:

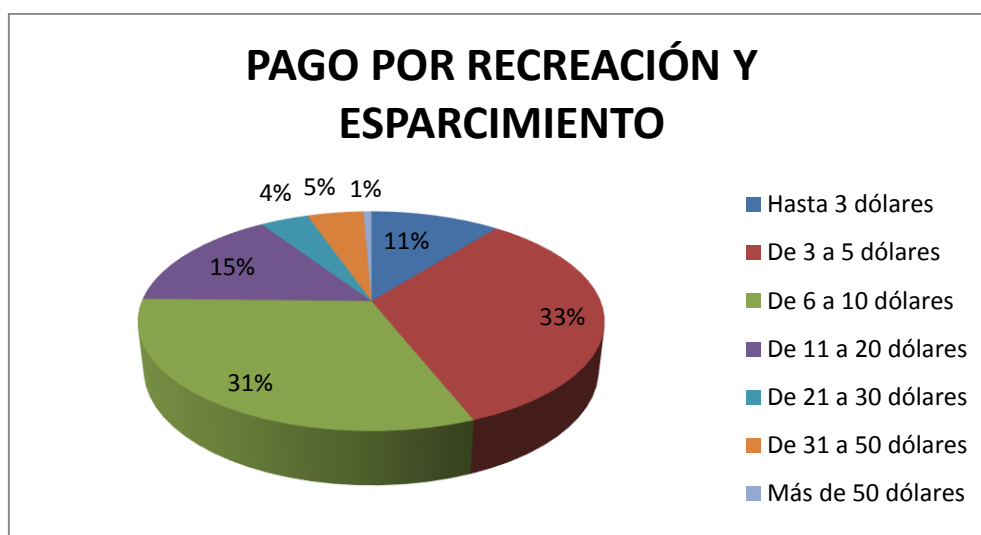


Figura 64 Pago por recreación y esparcimiento

Como indica el gráfico, el 33% pagaría por estos servicios de 3 a 5 dólares, el 31 % de 6 a 10 dólares, el 15 % de 11 a 20 dólares, el 11% hasta 3 dólares, el 5% de 31 a 50 dólares, el 4% de 21 a 30 dólares y el 1% más de 50 dólares.

Los precios estimados por los turistas para recreación y esparcimiento son bastante alentadores puesto que los valores solicitados para estos servicios en la localidad son muy económicos lo cual los hacen totalmente accesibles para los turistas peruanos.

En cuanto a seminarios y eventos, se ha obtenido los siguientes datos:

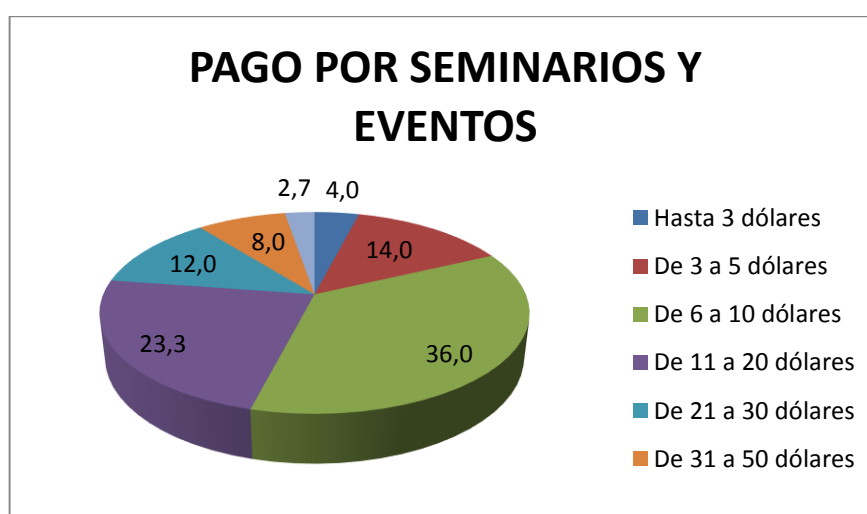


Figura 65 Pago por Seminarios y Eventos (intermediación)

Acorde al gráfico, se puede ver que el 36% pagaría de 6 a 10 dólares por persona en un evento, el 23,3% de 11 a 20 dólares, el 14% de 3 a 5 dólares, el 12% de 21 a 30 dólares, el 8% de 31 a 50 dólares, el 4% hasta 3 dólares y 2,7% más de 50 dólares.

Se puede decir que la mayoría de personas pagarían un valor totalmente aceptable para realizar un evento debido a que los precios para estos servicios en los establecimientos de la localidad se encuentran en el rango mayoritario indicado por los turistas.

Considerando la información anterior, la mayoría de turistas están dispuestos a gastar valores acorde a los costos existentes en la localidad lo que es una ventaja para los establecimientos que se dedican a estas actividades.

3.4 Análisis de distribución

Para analizar la distribución de los servicios turísticos del cantón se tomará como referencia el medio de información mediante el cual los turistas se han relacionado con la localidad.

3.4.1 Canales de distribución

Como es conocido los servicios por su condición no cuentan con un canal de distribución; por lo tanto, es necesario recurrir a un medio de información para conocer los servicios ofertados por una localidad o un lugar determinado; es así, que en este punto nos remitiremos a la información brindada por los turistas sobre los medios de información.

De acuerdo con los datos obtenidos, los turistas peruanos obtuvieron la información como se indica en el siguiente cuadro:

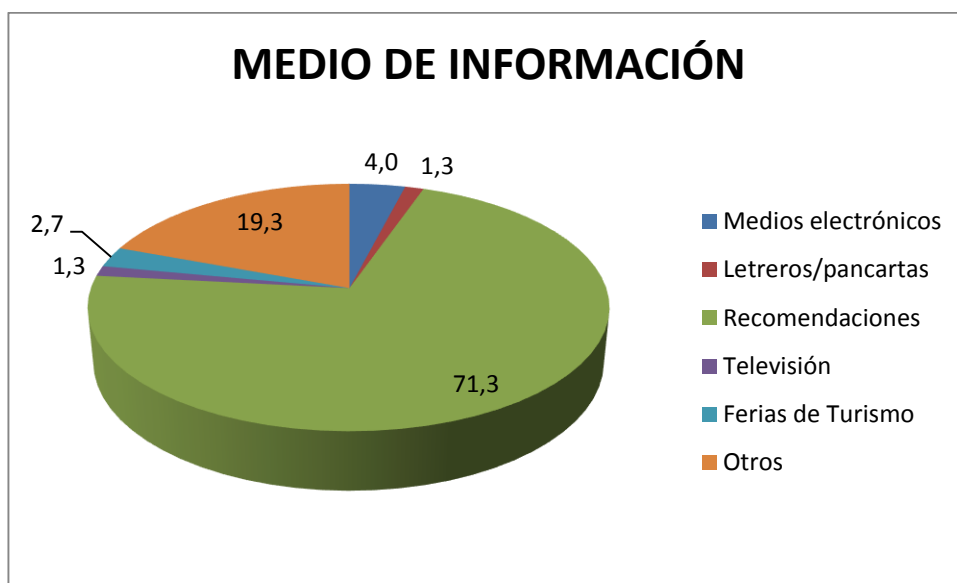


Figura 66 Medios de información.

En concordancia a la figura N.66, se puede ver que el 71,3% de los turistas conocen Macará por recomendaciones de otras personas, el 19,3% de los turistas han tenido otros medios de información sobre Macará, el 4% por medios electrónicos, el 2,7% por medio ferias de turismo y el 1,3% por televisión y, letreros y pancartas.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS FINALES

4.1 Resultados

Para la comprobación de la hipótesis se procederá a la presentación de la información recolectada en la investigación de campo exponiendo a detalle cada uno de los aspectos de estudio. (Anexo 8, 9 y 10)

4.1.1 Ejecución de los métodos cualitativos

Para el desarrollo del método cualitativo se ha realizado una entrevista, la misma que se realizó el día 8 de enero del 2016 con el Ing. Damián Morales Jefe de la Unidad de Turismo, Educación, Recreación y Deportes del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Macará.

Esta entrevista se basó principalmente en la experiencia y la percepción del entrevistado respecto a la influencia del turismo receptivo en el desarrollo turístico de Macará y las dificultades de la localidad para desarrollar la actividad.

El Ing. Morales en su calidad de máximo representante del turismo dentro del cantón Macará explicó que Macará ha tenido un cambio progresivo en el ámbito turístico en los últimos años tratando de ampliar los servicios que se ofertan por ello actualmente se están desarrollando tres proyectos que son la creación de una Cámara Cantonal de Turismo, la implementación de turismo comunitario en la comunidad de Laguar y la navegación del río Macará con enfoque turístico; sin embargo, su desarrollo ha sido limitado por la poca intervención gubernamental en el mejoramiento de los servicios turísticos hacia los visitantes que ingresan a Ecuador por la frontera sur del país, además de la falta de capacitación de los prestadores de servicios.

En cuanto a la relación que mantiene la localidad con Perú, se mencionaba que se han firmado convenios para la ejecución de proyectos turísticos tales como el duatlón “La Ruta del Chasqui Arrocero” realizada por primera vez el año 2015 comprendiendo una ruta que incluía parte de Perú y Ecuador, la Feria de Integración Fronteriza que se desarrolla todos los años desde hace 50 años en Macará y para el año en curso se pretende firmar un convenio con la Alcaldía de Piura para promocionar el cantón en vitrinas turísticas. Asimismo, se explicaba que uno de los

principales aportes de los peruanos es la promoción boca a boca de los atributos del cantón en su país. Por último se espera que Macará sea considerado como un lugar de descanso para los turistas y un punto de información para el desarrollo de actividades turísticas en toda la provincia.

4.1.2 Ejecución de los métodos cuantitativos

Los métodos cuantitativos utilizados para desarrollar el trabajo de campo de esta investigación fueron dos encuestas: una dirigida a los prestadores de servicios turísticos del cantón Macará y otra orientada a los turistas peruanos que ingresan al Ecuador por el Puente Internacional de Macará

Para la encuesta dirigida a la oferta que son los prestadores de servicios, se contabilizaron aproximadamente 22 establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, recreación y esparcimiento y, que están categorizados como tercera, segunda y primera categoría de acuerdo al Ministerio de Turismo; además de empresas de seminarios y eventos (intermediación); por lo tanto, al ser un número limitado de empresas se procedió a realizar un censo a través de una encuesta que contenía preguntas de información general y preguntas específicas para cada tipo de establecimiento. La investigadora realizó personalmente cada una de las encuestas a los prestadores de servicios dentro de los límites geográficos de la localidad.

Para la encuesta dirigida a los turistas de procedencia peruana que son considerados la demanda se obtuvo una muestra de 150 personas luego de la aplicación de la fórmula de población finita de Larry y Murray tomando como referencia un universo de 12.391 personas que es último dato actualizado del INEC referente al número de ingresos por la Jefatura de Migración del cantón Macará del año 2014. Esta encuesta fue realizada por la investigadora en el Puente Internacional de Macará en el territorio ecuatoriano.

Este trabajo de campo se realizó entre el 16 de diciembre del 2015 hasta el 10 de enero del 2016.

4.1.3 Ejecución del análisis y síntesis de la información

Para analizar la información será necesario detallar cada uno de los caracteres que se desarrollaron en la investigación de campo para de esa manera obtener los resultados que serán fundamentales para la resolución de la hipótesis.

4.1.3.1 Análisis descriptivos de los datos por categorías y variables

Para analizar la información obtenida mediante las encuestas, se va a explicar cada una de las preguntas que formaron parte de la investigación de campo tanto de la oferta como de la demanda.

4.1.3.1.1 Demanda: Encuesta dirigida a los turistas peruanos

Datos generales

Género

A continuación se mostrará la información referente al género de las personas que fueron encuestadas.

Tabla 39

Género del encuestado

| | | Género | | | |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Femenino | 49 | 32.7 | 32.7 | 32.7 |
| | Masculino | 101 | 67.3 | 67.3 | 100.0 |
| | Total | 150 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Investigación de campo

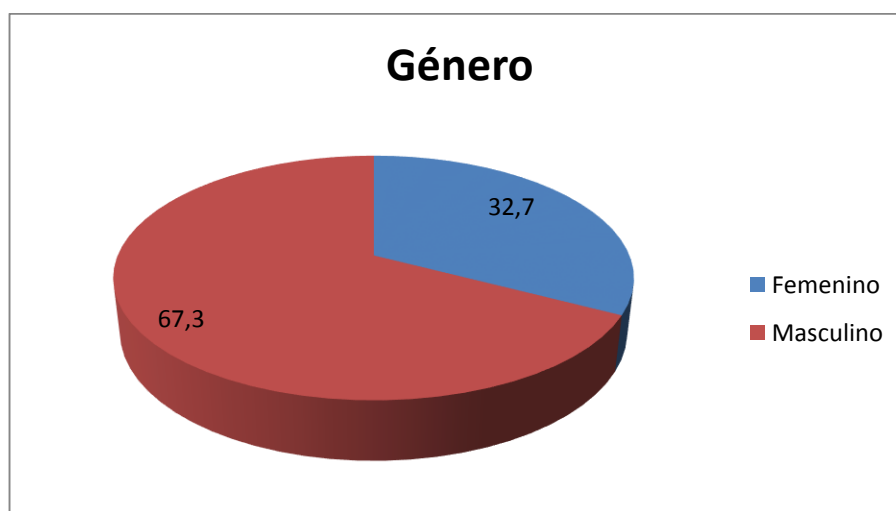


Figura 67 Género de los encuestados

Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados son de género masculino con el 67,3% y el 32,7% son de género femenino. Esto se debe a que la zona fronteriza se considera medianamente peligrosa por el control de las actividades comerciales ilícitas, limitando la afluencia de mujeres especialmente solas puesto que la mayoría de féminas encuestadas viajaban acompañadas a diferencia de los hombres que mayormente lo hacían solos pues sus motivos son comerciales.

Edad

Para el presente análisis resulta importante identificar las edades de las personas que visitan el cantón Macará.

Tabla 40

Edad del encuestado

| Edad | | | | |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Hasta 14 años | 1 | .7 | .7 | .7 |
| 15 a 24 años | 27 | 18.0 | 18.0 | 18.7 |
| 25 a 35 años | 37 | 24.7 | 24.7 | 43.3 |
| 35 a 49 años | 54 | 36.0 | 36.0 | 79.3 |
| 50 a 64 años | 26 | 17.3 | 17.3 | 96.7 |
| Más de 65 años | 5 | 3.3 | 3.3 | 100.0 |
| Total | 150 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Investigación de campo

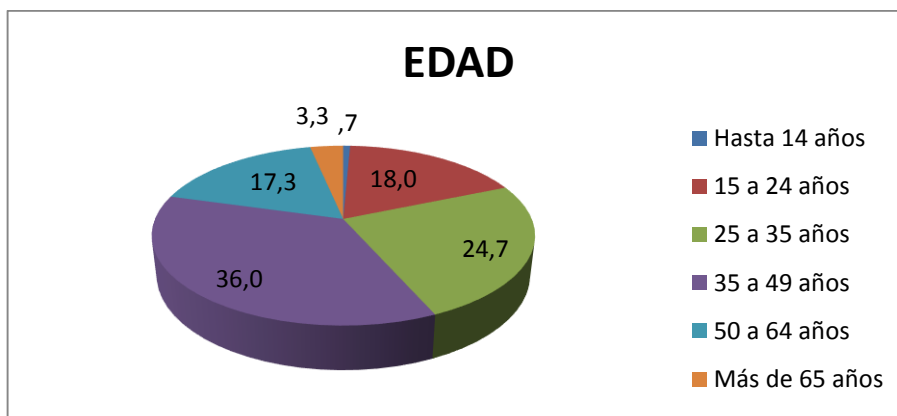


Figura 68 Edad del Encuestado

Análisis e Interpretación

De acuerdo con el gráfico, la mayoría de los encuestados tienen una edad comprendida entre 35 a 49 años conformando el 36% del total; el 24,7% de las personas tienen de 25 a 35 años, el 18% de los turistas comprende las edades entre los 15 a 24 años, el 17,3 % está entre los 50 a 64 años, el 3,3 % tiene más de 65 años y el 0,7 % tiene hasta 14 años.

Se puede observar que la mayoría de visitantes están en una edad productiva lo cual resulta positivo para el turismo local pues son personas que cuentan con recursos propios para adquirir servicios turísticos, siendo esto una oportunidad para que los prestadores de servicio conjuntamente con el GAD de Macará desarrollen actividades acorde a las habilidades y capacidades de este grupo humano logrando así mayor captación tanto de turistas como de recursos económicos.

PREGUNTA 1: ¿Por qué está interesado en visitar Ecuador?

Esta pregunta se realizó como introducción al tema de estudio a los turistas para que perciban su orientación y así, determinar las características de los encuestados. Se obtuvo la siguiente información.

Tabla 41

Interés en visitar Ecuador

| ¿Por qué está interesado en visitar Ecuador | | | | | |
|---|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Gastronomía | 4 | 2.7 | 2.7 | 2.7 |
| | Cultura | 85 | 56.7 | 56.7 | 59.3 |
| | Costo | 2 | 1.3 | 1.3 | 60.7 |
| | Facilidades | 7 | 4.7 | 4.7 | 65.3 |
| | Otro | 52 | 34.7 | 34.7 | 100.0 |
| | Total | 150 | 100.0 | 100.0 | |

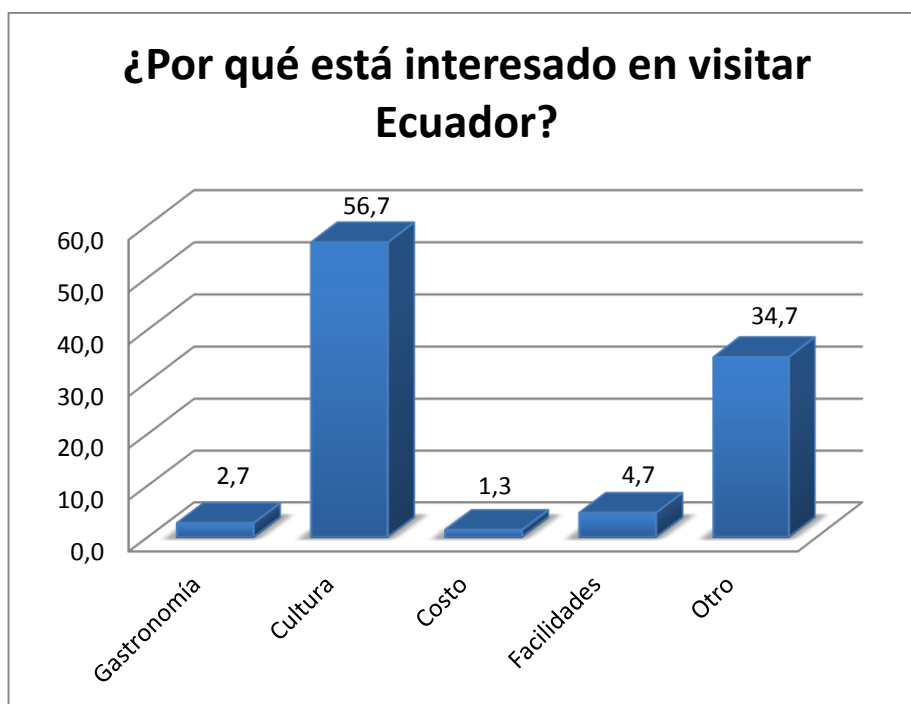


Figura 69 ¿Por qué está interesado en visitar Ecuador?

Análisis e interpretación

Acorde a la información, la mayor parte de turistas, que representan el 56,7%, está interesado en la cultura de Ecuador, lo que es beneficioso para el desarrollo turístico de los atractivos culturales del país; seguido por el 34,7% que tiene otros motivos de visita que se relacionan principalmente con la educación y la familia, el 4,7 % entra a Ecuador por las facilidades de ingreso y la ubicación del mismo, el 2,7 % se interesa en la gastronomía local y el 1,3% considera que los costos son adecuados especialmente en servicios de salud. Esta información permite que se defina los intereses de los turistas tratando de direccionar las estrategias a la atracción de este tipo de viajantes generando así mayores oportunidades de consumo de los servicios turísticos y no turísticos.

PREGUNTA 2: ¿Cuál es su departamento de origen?

Con esta pregunta se logró determinar el origen de los turistas que atraviesan la Frontera Internacional de Macará por departamentos; entendiéndose como departamento o región a los territorios con autonomía político-administrativa que engloban a un conjunto de provincias conformando así el territorio peruano.

Tabla 42

Origen de los encuestados

¿Cuál es su departamento de origen?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Ancash | 1 | .7 | .7 | .7 |
| Arequipa | 1 | .7 | .7 | 1.3 |
| Cajamarca | 3 | 2.0 | 2.0 | 3.3 |
| Huancavelica | 1 | .7 | .7 | 4.0 |
| La Libertad | 3 | 2.0 | 2.0 | 6.0 |
| Lambayeque | 17 | 11.3 | 11.3 | 17.3 |
| Lima | 20 | 13.3 | 13.3 | 30.7 |
| Piura | 97 | 64.7 | 64.7 | 95.3 |
| San Martín | 4 | 2.7 | 2.7 | 98.0 |
| Puno | 1 | .7 | .7 | 98.7 |
| Loreto | 1 | .7 | .7 | 99.3 |
| Apurímac | 1 | .7 | .7 | 100.0 |
| Total | 150 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Investigación de campo

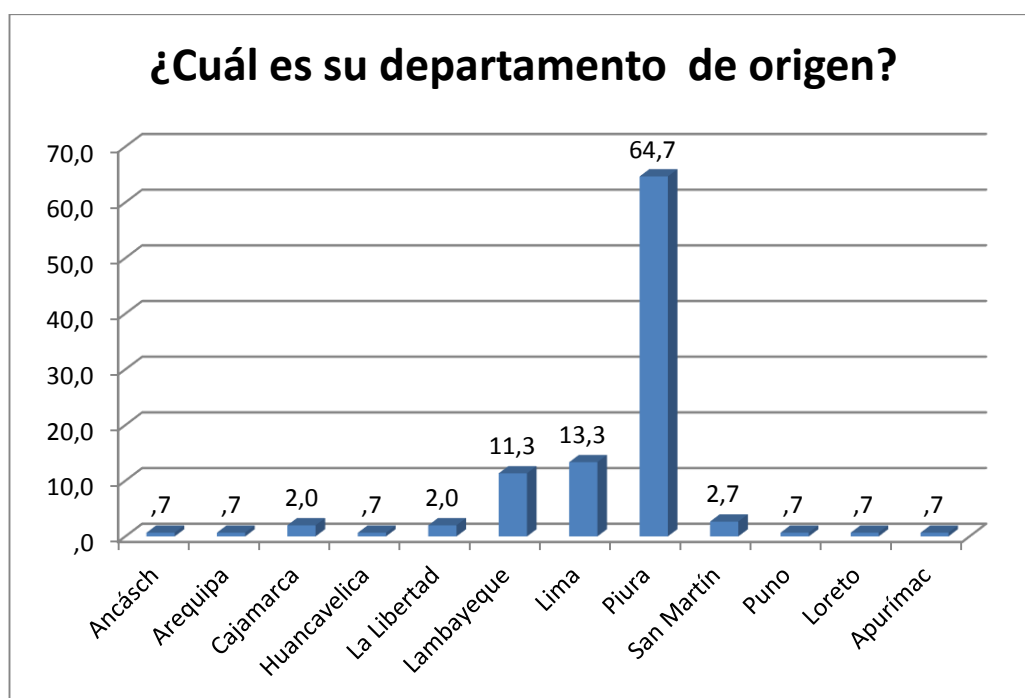


Figura 70 ¿Cuál es su departamento de origen?

Análisis e interpretación

Los principales departamentos de origen son Piura con un 64,7%, Lima con 13,3% y Lambayeque con el 11,3% y existe una minoría de los departamentos de San Martín con un 2,7%, con un 2% de Cajamarca y La Libertad y con un 0,7% de Ancash, Arequipa, Huancavelica, Puno, Loreto y Apurímac.

Se puede decir que Piura es el principal emisor de turistas debido a la cercanía a Ecuador, al igual que Lambayeque que está a 5 horas de la frontera internacional y Lima por ser el departamento más poblado de Perú es un potencial emisor de turistas hacia los países vecinos como Ecuador. Es así, que se debe centrar los esfuerzos en el desarrollo de lineamientos estratégicos que favorezcan la captación de turistas especialmente de Piura hacia la localidad con el propósito de fortalecer el turismo receptivo en el cantón.

PREGUNTA 3: ¿Cada cuánto usted viaja a Ecuador?

A través de esta pregunta se logró identificar la frecuencia de ingreso de los turistas peruanos hacia Ecuador.

Tabla 43

Frecuencia de viaje

¿Cada cuánto usted viaja a Ecuador?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Primera vez | 32 | 21.3 | 21.3 | 21.3 |
| | Una vez por año | 22 | 14.7 | 14.7 | 36.0 |
| | Dos veces por año | 32 | 21.3 | 21.3 | 57.3 |
| | Más de 3 veces por año | 64 | 42.7 | 42.7 | 100.0 |
| | Total | 150 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Investigación de campo

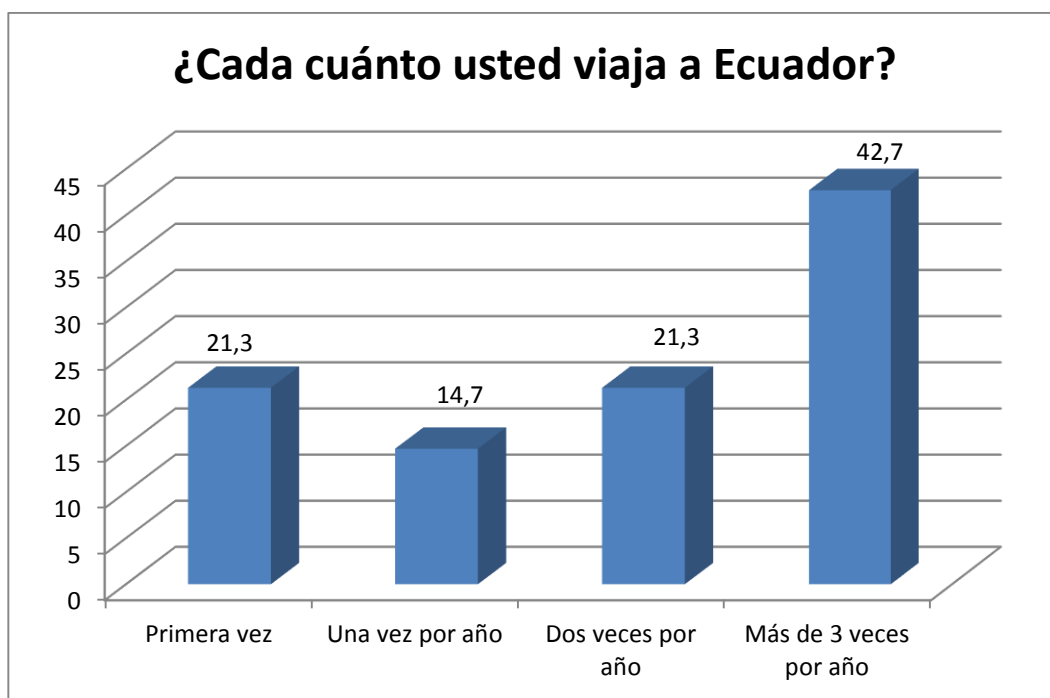


Figura 71 ¿Cada cuánto usted viaja a Ecuador?

Análisis e interpretación

Se puede identificar que del total de los encuestados, el 42,7% ha visitado más de tres veces por año Ecuador; de igual manera, el 21,3% ingresan dos veces al año al país al igual que el 21,3% viaja por primera vez el país y finalmente el 14,7% de los turistas pasan una vez al año a territorio ecuatoriano.

Tomando como referencia la información previa, casi la mitad de los encuestados visitan Ecuador frecuentemente siendo ventajoso para la localidad, a razón de que se puede gestionar nuevas actividades que permitan fidelizar al turista, otorgándole al cantón la posibilidad de manejar información real y establecida sobre el volumen turístico existente a largo plazo, a efectos de gestionar adecuadamente los recursos para las actividades que se pretendan realizar.

PREGUNTA 4: ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Mediante esta pregunta se definió que motivación tiene un turista peruano para visitar el país.

Tabla 44

Motivo de viaje

¿Cuál es el motivo de su viaje?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Negocios | 25 | 16.7 | 16.7 | 16.7 |
| | Visita a familiares | 29 | 19.3 | 19.3 | 36.0 |
| | Ocio | 89 | 59.3 | 59.3 | 95.3 |
| | Salud | 4 | 2.7 | 2.7 | 98.0 |
| | Estudios | 3 | 2.0 | 2.0 | 100.0 |
| | Total | 150 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Investigación de campo

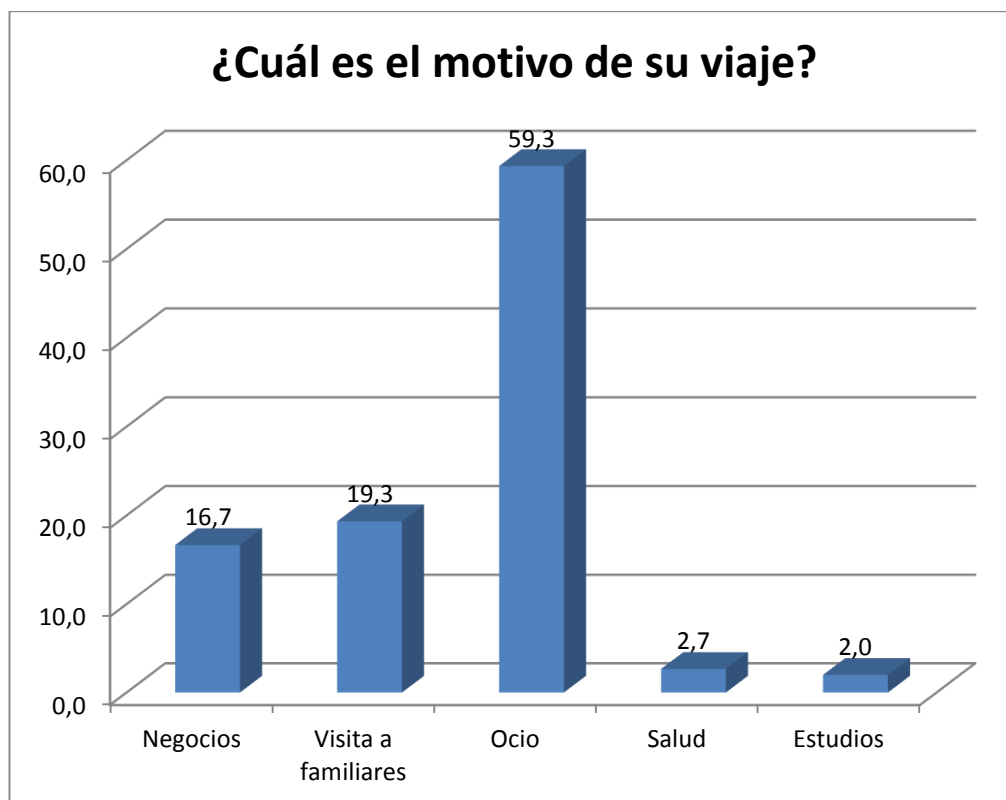


Figura 72 ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Análisis e interpretación

Acorde a la información anterior el 59,3 % de los turistas entran a Ecuador por ocio; asimismo, un 19,3 % de los encuestados visita a familiares residentes en el país, el 16,7 % está motivado por negocios o trabajos ocasionales, un 2,7 % efectúa actividades relacionadas al cuidado de su salud como tratamientos médicos y un 2 % entra por estudios sean estos seminarios, congresos o carreras universitarias.

Por consiguiente, la principal motivación de los visitantes es realizar turismo en Ecuador, lo cual es positivo para la localidad pues da la apertura para crear nuevas propuestas turísticas que a su vez, favorezcan la implementación de nuevos servicios, contribuyendo así a mejorar la afluencia turística de los peruanos hacia Macará.

PREGUNTA 5: ¿Con quién viaja?

Con esta pregunta se identificaron las condiciones frecuentes bajo las cuales viaja un turista peruano.

Tabla 45

¿Con quién viaja?

| ¿Con quién viaja? | | | | |
|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Solo | 48 | 32.0 | 32.0 | 32.0 |
| Con amigos | 31 | 20.7 | 20.7 | 52.7 |
| Con pareja | 5 | 3.3 | 3.3 | 56.0 |
| Con familia | 66 | 44.0 | 44.0 | 100.0 |
| Total | 150 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Investigación de campo



Figura 73¿ Con quién viaja?

Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos, el 44% de los encuestados se movilizan con la familia que generalmente consta de 5 miembros; de igual forma, el 32% entran solos al país, siendo la mayoría del género masculino; de la misma manera, el 20,7% se encuentra acompañado por amigos y el 3,3 % visitan Ecuador con su pareja.

A pesar del porcentaje, las personas que viajan solas y con amigos ocupan un lugar importante pues forman parte del desarrollo de la actividad dentro del Ecuador al adquirir servicios de índole turística. Por otra parte, los viajes en pareja son escasos debido a que las condiciones actuales de la provincia de Loja no prestan los servicios requeridos por este tipo de viajantes.

Los viajes en familia son los que predominan, siendo esto beneficioso para la localidad por el tipo de atractivos naturales que posee pues le permite orientar la implementación de nuevos servicios hacia las necesidades de este tipo de visitante, para lograr atraerlos y de esa manera, fomentar la concurrencia de grupos familiares que por sus características requieren de mayor cantidad de servicios que el resto de turistas por lo tanto resultan más provechosos.

PREGUNTA 6: ¿Cuántos días permanecerá en Ecuador?

Esta pregunta fue dividida en tres partes debido a los diferentes destinos que tenían los encuestados, y los resultados obtenidos permitieron definir la incidencia de los turistas peruanos en Macará.

Tabla 46

¿Cuántos días permanecerá en Macará?

| | | ¿Cuántos días permanecerá en Macará? | | |
|--------|-------|--------------------------------------|------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
| Válido | 1 | 17 | 11.3 | 70.8 |
| | 2 | 3 | 2.0 | 12.5 |
| | 3 | 3 | 2.0 | 12.5 |
| | 4 | 1 | .7 | 4.2 |
| | Total | 24 | 16.0 | 100.0 |

Fuente: Investigación de campo

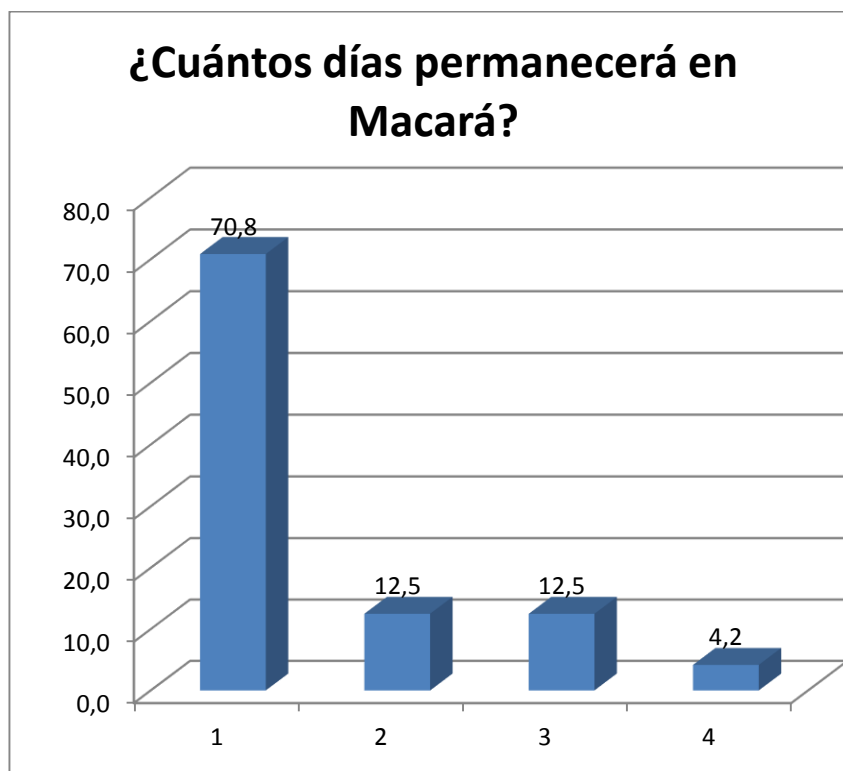


Figura 74 ¿Cuántos días permanecerá en Macará?

Análisis e Interpretación

En concordancia con la información expuesta, se puede ver que solo el 16% de las personas visitan Macará. De ese porcentaje el 70,8% se queda solo 1 día, el 12,5% pernoctan 2 o 3 días y solo el 4,2% permanecen 4 días.

Esto resulta negativo para el turismo local, puesto que la falta de actividades destinadas a los visitantes dentro del cantón generan que se busque otras alternativas que ofrezcan mayor variedad de servicios, provocando que los turistas no permanezcan más de un día en el cantón en su gran mayoría. Cabe mencionar que es necesaria la gestión turística dentro de la localidad para mejorar la captación de los turistas peruanos y de esa forma aumentar la afluencia turística.

Tabla 47

Permanencia en el resto de la provincia excepto Macará

¿Cuántos días permanecerá en el resto de la provincia de Loja?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| 1 | 9 | 6.0 | 12.0 | 12.0 |
| 2 | 22 | 14.7 | 29.3 | 41.3 |
| 3 | 16 | 10.7 | 21.3 | 62.7 |
| 4 | 5 | 3.3 | 6.7 | 69.3 |
| 5 | 3 | 2.0 | 4.0 | 73.3 |
| 6 | 1 | .7 | 1.3 | 74.7 |
| 7 | 6 | 4.0 | 8.0 | 82.7 |
| 8 | 1 | .7 | 1.3 | 84.0 |
| 10 | 2 | 1.3 | 2.7 | 86.7 |
| 15 | 3 | 2.0 | 4.0 | 90.7 |
| 20 | 2 | 1.3 | 2.7 | 93.3 |
| 30 | 2 | 1.3 | 2.7 | 96.0 |
| 60 | 1 | .7 | 1.3 | 97.3 |
| 90 | 2 | 1.3 | 2.7 | 100.0 |
| Total | 75 | 50.0 | 100.0 | |

Fuente: Investigación de campo



Figura 75 ¿Cuántos días permanecerá en el resto de la provincia de Loja?

Análisis e interpretación

De acuerdo a la información previa se puede notar que el 50% de los encuestados visita otras localidades dentro de la provincia de Loja excepto Macará. De este porcentaje, el 41,33% se quedan de 1 a 2 días, el 28% permanece de 3 a 4 días, el 5,33% de 5 a 6 días, el 9,33% de 7 a 9 días, el 6,67% de 10 a 15 días y más de 20 días el 9,33% de los visitantes.

Se entiende entonces que la mitad de los turistas viajan al resto de la provincia, teniendo como destino principalmente el cantón Loja. Además, la mayoría de visitantes permanecen de 1 a 4 días siendo un tiempo bastante apropiado para conocer los principales atractivos de la provincia. Por lo tanto, esta información brinda la oportunidad de evaluar las principales características tanto del cantón Loja como de Macará para definir nuevas políticas que permitan resaltar los atributos diferenciadores del cantón ampliando la visión del consumidor respecto del turismo en la provincia.

Tabla 48

Permanencia en el resto del Ecuador excepto Loja

¿Cuántos días permanecerá en el resto del Ecuador?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| 2 | 11 | 7.3 | 21.2 | 21.2 |
| 3 | 8 | 5.3 | 15.4 | 36.5 |
| 4 | 1 | .7 | 1.9 | 38.5 |
| 5 | 10 | 6.7 | 19.2 | 57.7 |
| 6 | 2 | 1.3 | 3.8 | 61.5 |
| 7 | 3 | 2.0 | 5.8 | 67.3 |
| 8 | 2 | 1.3 | 3.8 | 71.2 |
| 10 | 5 | 3.3 | 9.6 | 80.8 |
| 15 | 2 | 1.3 | 3.8 | 84.6 |
| 20 | 2 | 1.3 | 3.8 | 88.5 |
| 30 | 1 | .7 | 1.9 | 90.4 |
| 80 | 1 | .7 | 1.9 | 92.3 |
| 90 | 3 | 2.0 | 5.8 | 98.1 |
| 180 | 1 | .7 | 1.9 | 100.0 |
| Total | 52 | 34.7 | 100.0 | |

Fuente: Investigación de campo

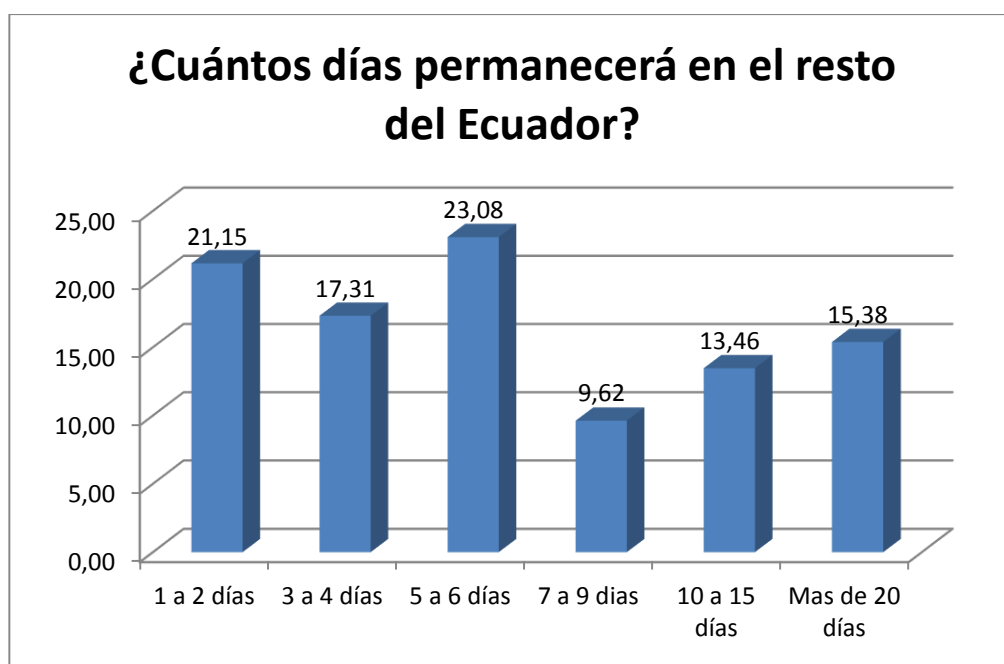


Figura 76 ¿Cuántos días permanecerá en el resto del Ecuador?

Análisis e interpretación

Del total de los encuestados, el 34,7 % pretendían visitar otros lugares dentro del Ecuador excepto en la provincia de Loja. De esta proporción el 21,15% esperaban quedarse de 1 a 2 días, el 17,31% de 3 a 4 días, el 23,08% de 5 a 6 días, el 9,62 % de 7 a 9 días, el 13,46% de 10 a 15 días y el 15,38% más de 20 días.

Analizando la información, se puede decir que existe un significativo número de encuestados que están interesados en conocer otros destinos dentro del Ecuador. Entre los lugares de mayor interés están Cuenca, Guayaquil, Zamora, Machala y Loja. Cabe resaltar que aproximadamente el 85% de los turistas esperan permanecer hasta 15 días en Ecuador.

Para el cantón Macará resulta útil esta información, para analizar comparativamente los destinos de interés con localidad de estudio con el propósito de definir el valor intrínseco existente en el cantón que pueda generar un factor diferenciador logrando atraer a los turistas originando que la localidad forme parte de su planificación turística dentro del Ecuador.

PREGUNTA 7: ¿A través de qué medio de información usted conoció acerca de Macará?

A través de esta pregunta se establecerá el medio de información más efectivo y el impacto de otros medios de información en los turistas peruanos.

Tabla 49

Medio de información para conocer de Macará

¿A través de qué medio de información usted conoció acerca de Macará?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Medios electrónicos | 6 | 4.0 | 4.0 | 4.0 |
| Letreros/pancartas | 2 | 1.3 | 1.3 | 5.3 |
| Recomendaciones | 107 | 71.3 | 71.3 | 76.7 |
| Televisión | 2 | 1.3 | 1.3 | 78.0 |
| Ferias de Turismo | 4 | 2.7 | 2.7 | 80.7 |
| Otros | 29 | 19.3 | 19.3 | 100.0 |
| Total | 150 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Investigación de campo

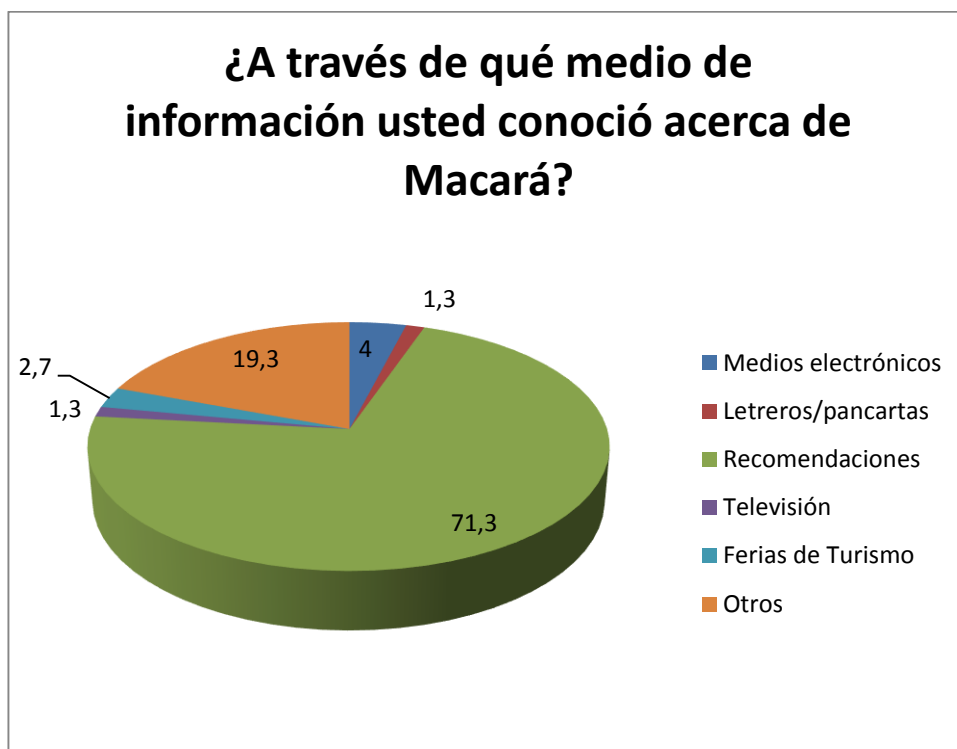


Figura 77: ¿A través de qué medio de información usted conoció acerca de Macará?

Análisis e interpretación

Conforme a la información expuesta, se explica que el 71,3% de los encuestados ha conocido sobre Macará por medio de recomendaciones; es decir, recibieron información boca a boca. Asimismo, el 19,3% supieron del cantón a través de otros medios como trabajo o por tránsito; el 4 % por medios electrónicos como páginas web, el 2,7 % por ferias de turismo y el 1,3% por letreros, pancartas y televisión.

Por otra parte, existe una mala promoción y difusión de los atractivos del cantón puesto que muy pocos turistas se han enterado de sus atractivos a través de medios de promoción turística como ferias, pancartas o letreros. Entonces, es necesario mejorar los instrumentos publicitarios para lograr difundir la imagen del cantón a la mayor cantidad de turistas posibles y, brindar la información turística precisa que logrará que los turistas tomen la decisión de visitar Macará.

PREGUNTA 8: ¿Qué medio de transporte utilizará para movilizarse?

Esta pregunta destaca los principales medios de transporte utilizados por los turistas peruanos para ingresar al Ecuador.

Tabla 50

¿Qué medio de transporte utilizará para movilizarse?

¿Qué medio de transporte utilizará para movilizarse?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Vehículo propio | 59 | 39.3 | 39.3 | 39.3 |
| | Transporte público | 81 | 54.0 | 54.0 | 93.3 |
| | Transporte turístico | 1 | .7 | .7 | 94.0 |
| | Taxi | 6 | 4.0 | 4.0 | 98.0 |
| | Auto rentado | 3 | 2.0 | 2.0 | 100.0 |
| | Total | 150 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Investigación de campo

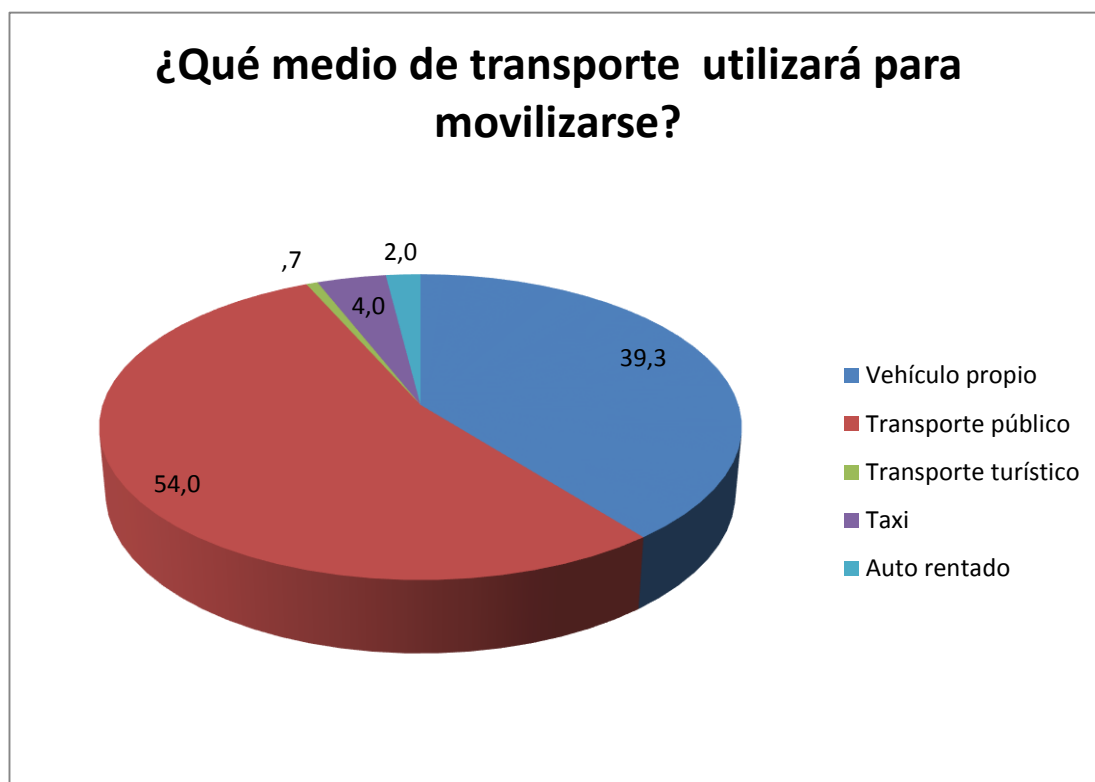


Figura 78 ¿Qué medio de transporte utilizará para movilizarse?

Análisis e interpretación

Según la información procesada el 54 % de los encuestados se moviliza en transporte público, el 39,3 % en vehículo propio, el 4% en taxi, el 2% en auto rentado y el 0,7% en transporte turístico.

Se puede decir que más de la mitad de los encuestados viajan en transporte público debido a la falta de vehículo privado, mientras que algunas personas no viajan en vehículo propio para evitar los trámites de entrada a Ecuador; sin embargo, una proporción representativa de turistas viajan en vehículo propio puesto que algunos recorren largas distancias visitando otras provincias o localidades alejadas de Macará. El uso de taxi, auto rentado y transporte turístico es muy bajo por los costos que demandan este tipo de transporte.

Es así que el conocimiento de esta información permite definir las necesidades de los visitantes en los establecimientos turísticos, dando la oportunidad a los prestadores de implementar los servicios requeridos por los turistas; además, de fomentar la creación de empresas que se dedican a la prestación de estos servicios exclusivamente, ampliando así, la oferta turística de la localidad.

PREGUNTA 9: De acuerdo a su criterio califique los siguientes servicios según su nivel de importancia siendo: (5) muy importante, (4) importante, (3) medianamente importante, (2) poco importante, (1) no importa.

La presente pregunta permite definir las preferencias de los encuestados en cuanto a los servicios ofertados por los establecimientos relacionados a la actividad turística.

Alojamiento

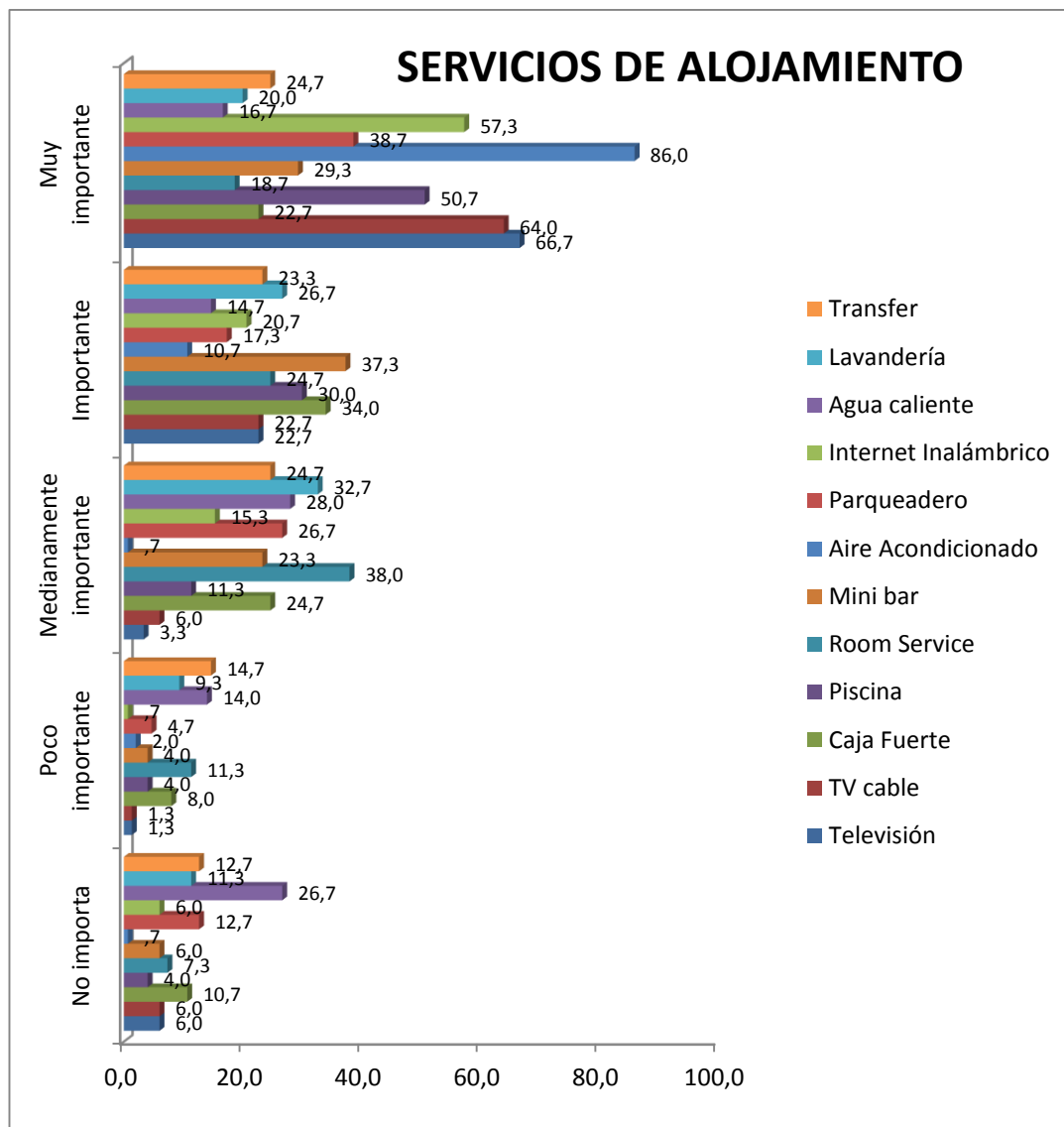


Figura 79 Servicios de alojamiento

Análisis e interpretación

De acuerdo a la información recabada, los turistas buscan servicios como televisión (66,7%), televisión por cable (64%), aire acondicionado (86%), internet inalámbrico (57,3%) y parqueadero (38,7%) que se consideran básicos en un establecimiento categorizado; además, creen que servicios como transfer (24,7%) y piscina (50,7%) son muy importantes en un hotel debido a que la mayoría viaja en transporte público y con familia originando que busquen mayores facilidades y comodidades durante su viaje. Mientras que, servicios como caja fuerte (34%) y mini bar (37,3%) son importantes principalmente para las personas que viajan solas. De

igual manera, para los visitantes son medianamente importantes servicios como room service (38%), agua caliente (28%) y lavandería (32,7%) debido al poco de tiempo de permanencia de los turistas pues su tiempo promedio de estancia es de 2 días por lo tanto estos servicios son escasamente requeridos. Asimismo, un porcentaje nada despreciable (26%) considera que el agua caliente no importa en un establecimiento hotelero por el clima habitual del cantón.

Es necesario conocer la importancia de estos servicios para los visitantes con el propósito de evaluar las características de los establecimientos hoteleros en cuanto a la oferta actual existente en cada uno de ellos, para de esa manera acoplarse a las necesidades del turista implementando nuevos servicios que permitan una mayor captación de viajeros a través del mejoramiento de la calidad de los servicios que ofrece el cantón.

Alimentos y Bebidas

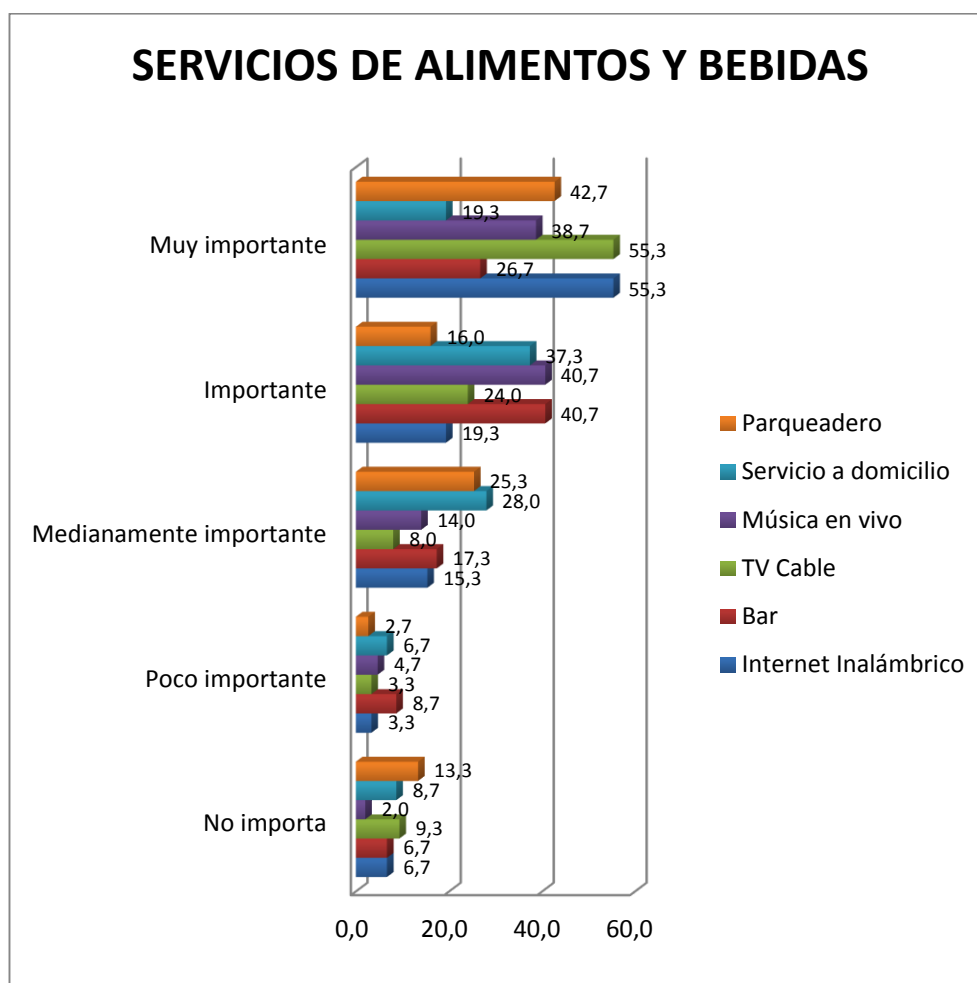


Figura 80 Servicios de alimentos y bebidas

Análisis e interpretación

En concordancia con la información previa, la mayor parte de encuestados considera que los servicios de parqueadero (42,7%), internet inalámbrico (55,3%) y televisión por cable (55,3%) son muy importantes debido a que son turistas que se movilizan en vehículo propio y tienen la facilidad de moverse al lugar que ellos deseen. Asimismo, el servicio de bar (40,7%), servicio a domicilio (37,3) y música en vivo (40,7%) son importantes en un establecimiento de alimentos y bebidas.

Para los turistas peruanos todos los servicios mostrados son importantes por lo tanto, conociendo los gustos del mercado objetivo se puede implementar estos servicios, con la finalidad de mejorar la afluencia de los turistas a los establecimientos de alimentos y bebidas, generando mayores ingresos, activando así, el turismo dentro de la localidad.

Recreación y Esparcimiento

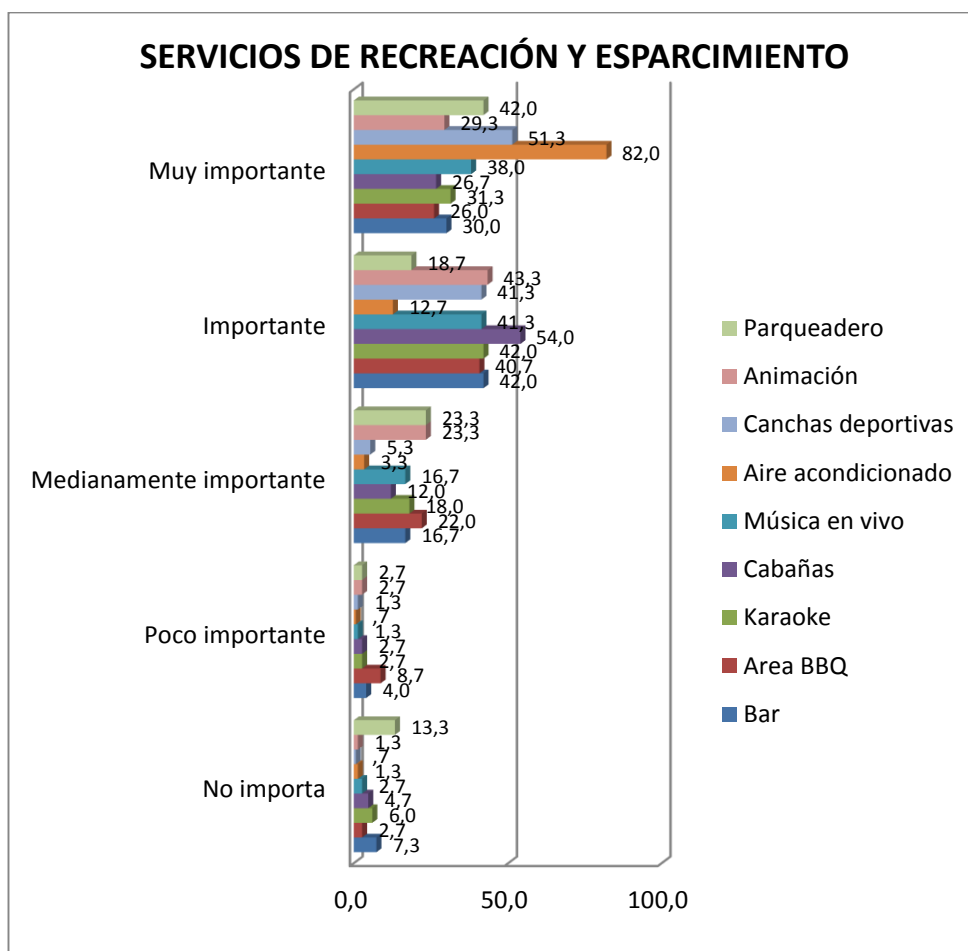


Figura 81 Servicios de recreación y esparcimiento

Análisis e interpretación

Conforme a la información anterior, se visualiza que servicios como aire acondicionado (82%), canchas deportivas (51,3%) y parqueadero (42%) son muy importantes para los turistas en un establecimiento de recreación y esparcimiento debido a las actividades que se desarrollan en este tipo de establecimientos mientras que el servicio de bar (42%), área de BBQ (40,7%), karaoke (42%), cabañas (54%), música en vivo (41,3%) y animación (43,3%) se perciben como importantes pues son servicios que no son indispensables para poder desarrollar una actividad turística.

Se entiende que desde el punto de vista de la gran mayoría de turistas todos los servicios presentados son relevantes en un establecimiento de recreación y esparcimiento. Entonces se debe efectuar mejoras en los establecimientos que brindan este tipo de servicios con el fin de diversificar la oferta y, motivar la afluencia de los turistas hacia estos lugares de turismo.

Seminarios y Eventos (Intermediación)

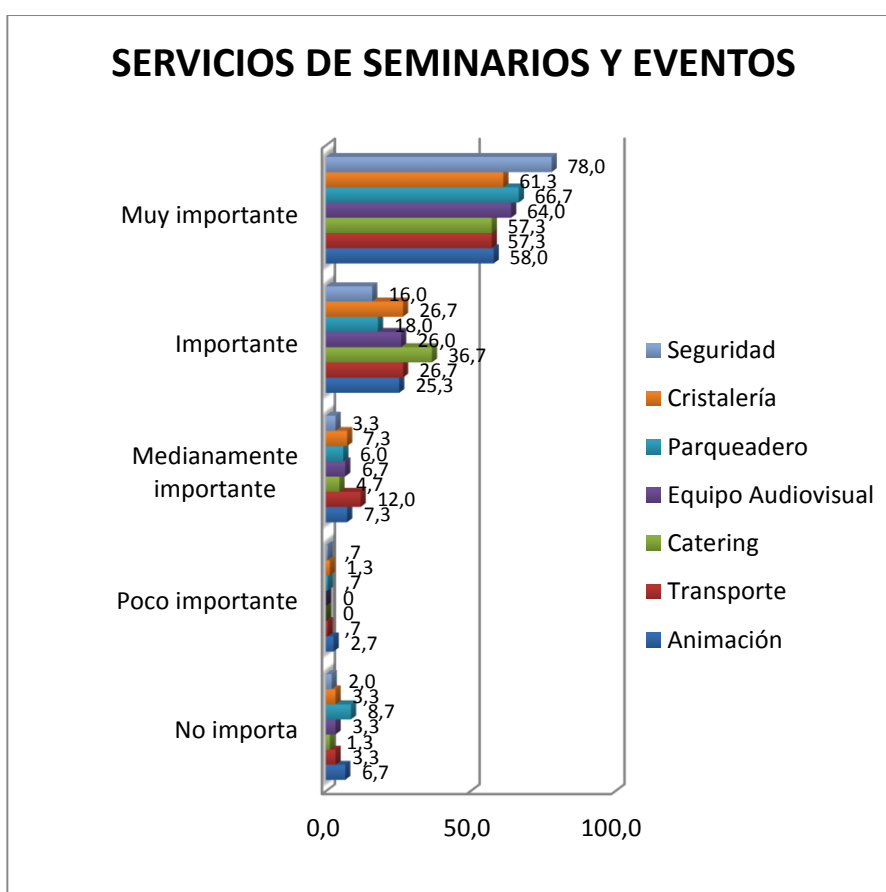


Figura 82 Servicios de Seminarios y Eventos (intermediación)

Análisis e interpretación

Según lo reflejado en los datos obtenidos los turistas consideran que la animación (58%), transporte (57,3%), catering (57,3%), equipo audiovisual (64%), parqueadero (66,7%), cristalería (61,3%) y la seguridad (78%) son servicios muy importantes para los establecimientos que ofrecen seminarios y eventos.

Se puede decir que más de la mitad de los turistas opinan que todos los servicios expuestos son muy importantes en el desarrollo de un evento o seminario. Es por esto, que los establecimientos deben invertir en el mejoramiento de los servicios que ofrecen con la finalidad de motivar el gasto en esta actividad que resulta muy rentable, y que además provoca el consumo de otros productos, bienes y servicios relacionados al turismo creando una cadena de consumo que beneficia a la economía del cantón.

PREGUNTA 10: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios turísticos?

Tabla 51

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios turísticos?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios turísticos?

| | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|--------------------|------------|------------|---------------------|
| | N | Porcentaje | |
| Hasta 3 dólares | 28 | 4.7% | 18.7% |
| De 3 a 5 dólares | 122 | 20.3% | 81.3% |
| De 6 a 10 dólares | 187 | 31.2% | 124.7% |
| De 11 a 20 dólares | 141 | 23.5% | 94.0% |
| De 21 a 30 dólares | 64 | 10.7% | 42.7% |
| De 31 a 50 dólares | 40 | 6.7% | 26.7% |
| Más de 50 dólares | 18 | 3.0% | 12.0% |
| Total | 600 | 100.0% | 400.0% |

Fuente: Investigación de campo

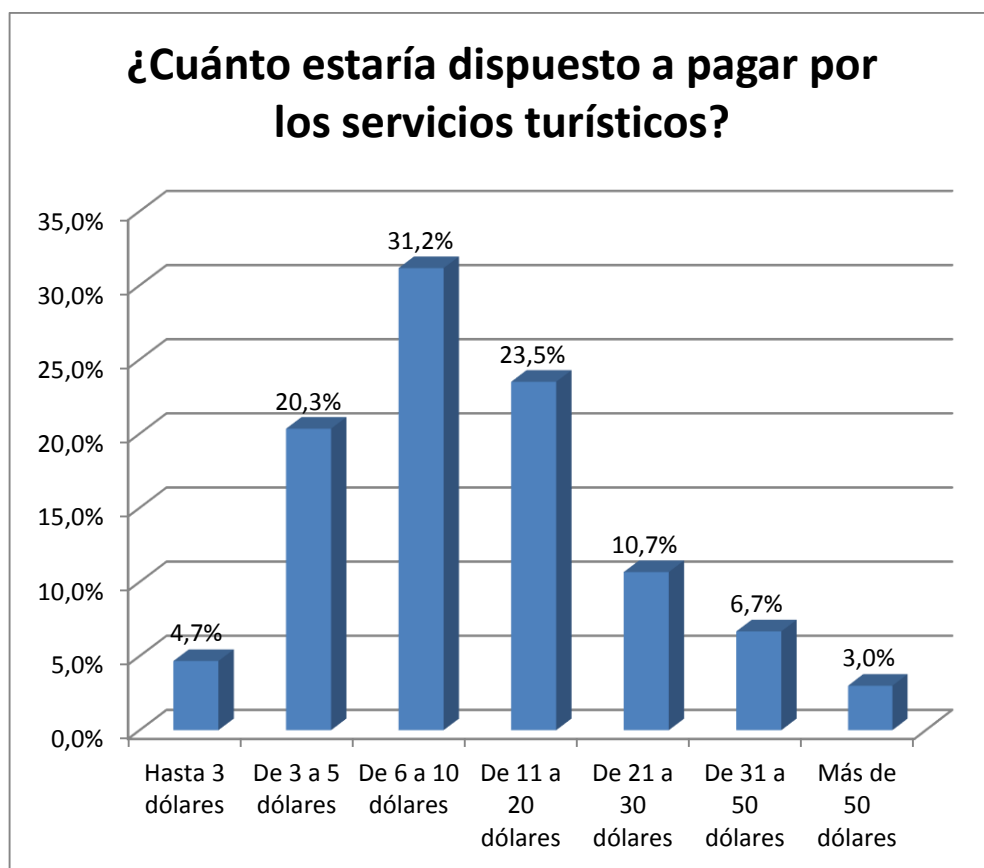


Figura 83 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios turísticos?

Análisis e interpretación

De acuerdo a la información previa el 31,2% de los turistas pagarían de 6 a 10 dólares por servicios turísticos; asimismo el 23,5% de los visitantes pretenden gastar de 11 a 20 dólares por cada servicio adquirido; el 20,3% desembolsarían de 3 a 5 dólares; el 10,7% de 21 a 30 dólares; el 6,7% de 31 a 50 dólares; el 4,7% de hasta 3 dólares y el 3% más de 50 dólares.

Se entiende entonces que la mayoría de turistas estarían dispuestos a pagar valores acorde a los solicitados por los prestadores de servicio de la localidad siendo esto positivo puesto que ofrece la oportunidad de determinar estándares de calidad y crear estrategias de recepción de turistas a través del mejoramiento de los servicios sin afectar el presupuesto del turista.

PREGUNTA 11: ¿Cuánto pretende gastar en su viaje por Ecuador?

Tabla 52

¿Cuánto pretende gastar en su viaje por Ecuador?

| ¿Cuánto pretende gastar en su viaje por Ecuador? | | | | |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| 30.00 | 4 | 2.7 | 2.7 | 8.7 |
| 40.00 | 4 | 2.7 | 2.7 | 11.3 |
| 45.00 | 1 | .7 | .7 | 12.0 |
| 50.00 | 7 | 4.7 | 4.7 | 16.7 |
| 60.00 | 3 | 2.0 | 2.0 | 18.7 |
| 70.00 | 1 | .7 | .7 | 19.3 |
| 80.00 | 5 | 3.3 | 3.3 | 22.7 |
| 90.00 | 3 | 2.0 | 2.0 | 24.7 |
| 100.00 | 21 | 14.0 | 14.0 | 38.7 |
| 120.00 | 2 | 1.3 | 1.3 | 40.0 |
| 140.00 | 2 | 1.3 | 1.3 | 41.3 |
| 150.00 | 7 | 4.7 | 4.7 | 46.0 |
| 160.00 | 1 | .7 | .7 | 46.7 |
| 200.00 | 18 | 12.0 | 12.0 | 58.7 |
| 240.00 | 1 | .7 | .7 | 59.3 |
| 250.00 | 3 | 2.0 | 2.0 | 61.3 |
| 300.00 | 13 | 8.7 | 8.7 | 70.0 |
| 400.00 | 7 | 4.7 | 4.7 | 74.7 |
| 420.00 | 1 | .7 | .7 | 75.3 |
| 500.00 | 15 | 10.0 | 10.0 | 85.3 |
| 600.00 | 2 | 1.3 | 1.3 | 86.7 |
| 700.00 | 2 | 1.3 | 1.3 | 88.0 |
| 750.00 | 1 | .7 | .7 | 88.7 |
| 800.00 | 3 | 2.0 | 2.0 | 90.7 |
| 900.00 | 1 | .7 | .7 | 91.3 |
| 1000.00 | 8 | 5.3 | 5.3 | 96.7 |
| 1500.00 | 2 | 1.3 | 1.3 | 98.0 |
| 1800.00 | 1 | .7 | .7 | 98.7 |
| 2000.00 | 1 | .7 | .7 | 99.3 |
| 2500.00 | 1 | .7 | .7 | 100.0 |
| Total | 150 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Investigación de campo

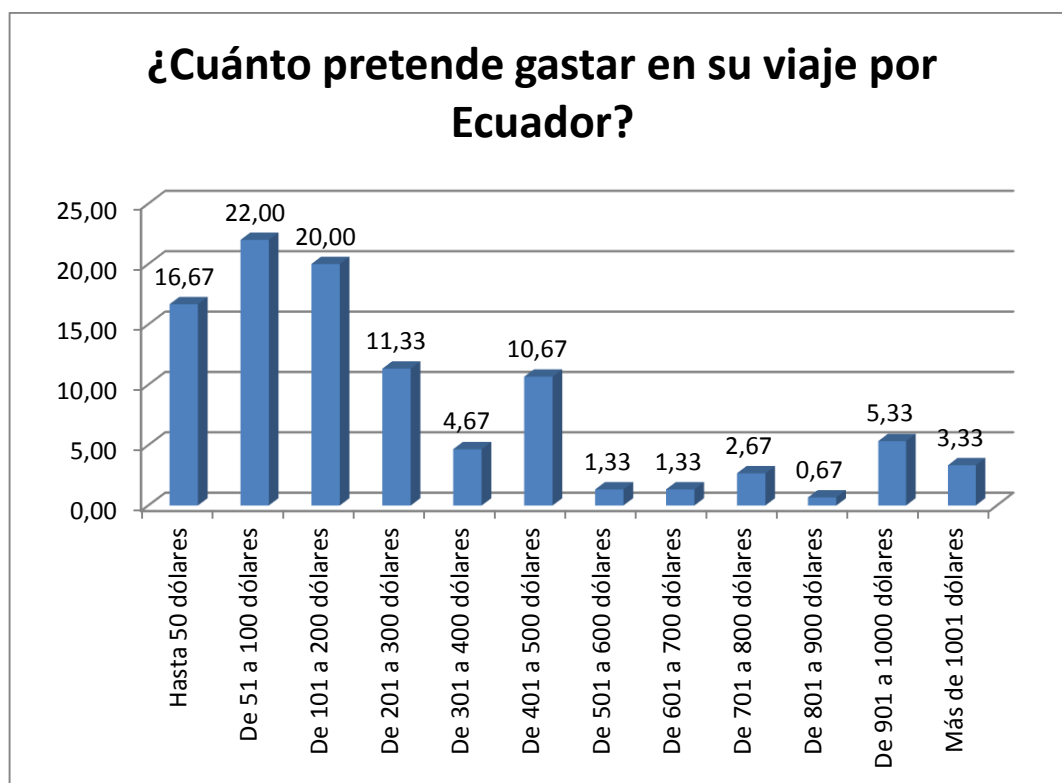


Figura 84 ¿Cuánto pretende gastar en su viaje por Ecuador?

Análisis e interpretación

En concordancia con los datos recolectados se muestra, que el 22% gastaría de 50 a 100 dólares, seguido muy cerca por un 20% que proyectan un gasto de 101 a 200 dólares, el 16,67% hasta 50 dólares, el 11,33% de 201 a 300 dólares, el 10,67% de 401 a 500 dólares, el 5,33% de 901 a 1000 dólares, el 4,67% de 301 a 400 dólares, 3,33% más de 1001 dólares, el 2,67% de 701 a 800 dólares y el 1,33% de 501 a 600 y de 601 a 700 dólares.

Se puede notar que más de la mitad de los turistas pretenden gastar hasta 200 dólares, por tanto esto resulta positivo para la localidad puesto que es un valor adecuado para el tiempo de permanencia de los turistas; sin embargo, si la mayoría de turistas pretenden visitar otras localidades resulta ser un valor bastante escaso. Por consiguiente, es trascendental la intervención en la implementación de nuevas actividades turísticas y en el mejoramiento de los servicios ya existentes para estimular el gasto de los visitantes dentro de la localidad aprovechando así los recursos de la localidad.

4.1.3.1.2 Oferta: Encuesta dirigida a los prestadores de servicios del cantón Macará

PREGUNTA 1: Tipo de Establecimiento

En esta pregunta se muestran los diferentes establecimientos turísticos categorizados por el Ministerio de Turismo y su campo de acción.

Tabla 53

Tipo de Establecimiento

| Tipo de Establecimiento | | | | |
|----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Alojamiento | 11 | 50.0 | 50.0 | 50.0 |
| Alimentos y bebidas | 8 | 36.4 | 36.4 | 86.4 |
| Recreación y Esparcimiento | 1 | 4.5 | 4.5 | 90.9 |
| Seminarios y eventos | 2 | 9.1 | 9.1 | 100.0 |
| Total | 22 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Investigación de campo

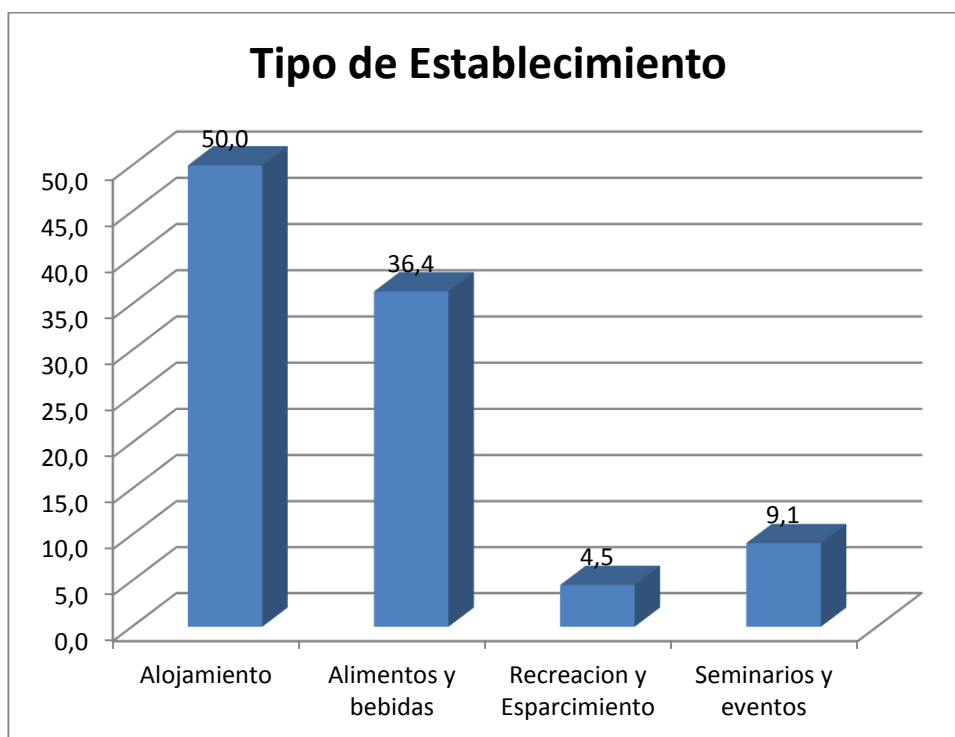


Figura 85 Tipo de establecimiento

Análisis e interpretación

De los establecimientos que se tomaron en cuenta para este análisis, el 50% son de alojamiento, el 36,4% son de alimentos y bebidas, el 9,1% son de seminarios y eventos (intermediación) y el 4,5% son de recreación y esparcimiento. Cabe recalcar que los establecimientos tomados en cuenta están ponderados por el Ministerio de Turismo como tercera, segunda y primera categoría. Entonces, se puede notar que la mitad de los establecimientos categorizados son de alojamiento. Por ello, es importante que se cree programas o planes para mejorar los servicios existentes en los establecimientos de tal manera que sean categorizados y cuenten con un aval que garantice la calidad del establecimiento logrando así, satisfacer las necesidades de los consumidores.

PREGUNTA 2: Categoría del establecimiento

Tabla 54

Categoría del establecimiento

| Categoría de establecimiento | | | | |
|-------------------------------------|------------------------------|----------------|---------------|--------------|
| Tipo de Establecimiento | Categoría de establecimiento | | | Total |
| | Segunda | Tercera | Sin categoría | |
| Alojamiento | 9 | 2 | 0 | 11 |
| Alimentos y bebidas | 1 | 7 | 0 | 8 |
| Recreación y Esparcimiento | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Seminarios y eventos | 0 | 0 | 2 | 2 |
| TOTAL | 11 | 9 | 2 | 22 |
| PORCENTAJE | 50 % | 40.91 % | 9.09 % | 100 % |

Fuente: Investigación de campo

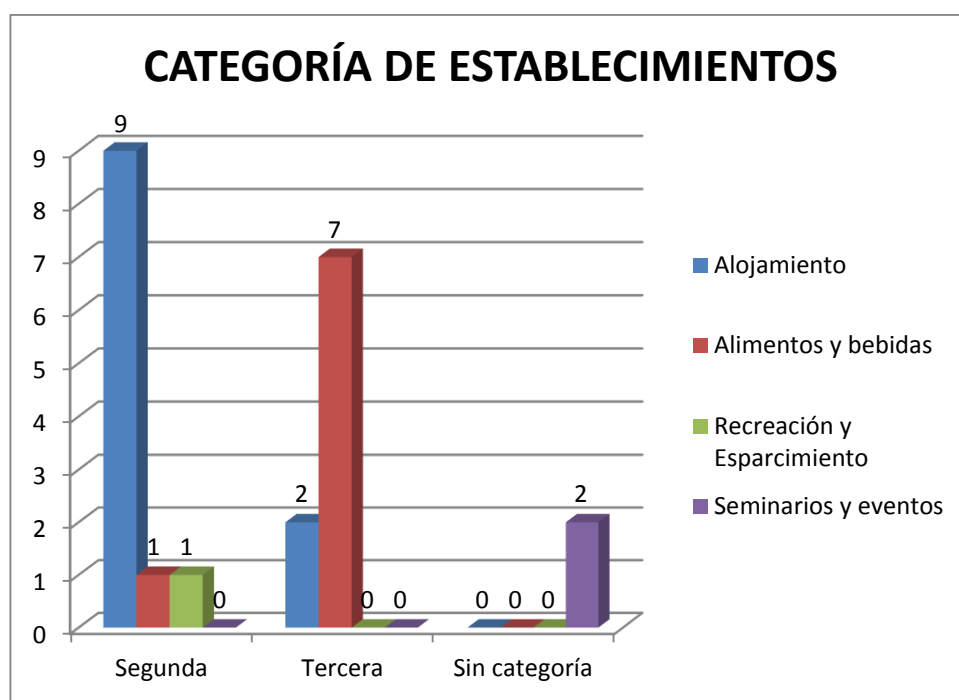


Figura 86 Categoría de Establecimientos

Análisis e interpretación

De acuerdo con la información previa, el 50% de los establecimientos son de segunda categoría y el 40,9% son de tercera categoría y el 9,1 % no tiene categoría. Consiguientemente, se hace necesario el análisis de los factores que influyen en los procesos de entrega de servicios de los establecimientos turísticos para definir estrategias que permitan optimizar los servicios para alcanzar nuevos estándares de calidad que les brinden mayor confianza a los turistas.

Es relevante mencionar que de acuerdo al Reglamento de actividades turísticas en alojamiento, los hostales son establecimientos hoteleros que deben constar con los siguientes servicios:

- Para 2 estrellas o segunda categoría: Debe contar con personal encargado de recepción y del servicio telefónico, mínimo una camarera por cada 18 habitaciones que se encargue de la limpieza y preparación de los cuartos, comedor, lavandería y planchado que puede ser contratado, teléfono público en la recepción y botiquín de primeros auxilios.
- Para 1 estrella o tercera categoría: Debe contar con personal que se encargue de la recepción, comedor y habitaciones; teléfono público y botiquín de primeros auxilios. (Reglamento General de Actividades Turísticas , 2002)

Además, para los establecimientos de alimentos y bebidas según Torruco, se tomó en cuenta la siguiente clasificación:

- Para 2 tenedores o segunda categoría: Cristalería sencilla, servilletería, mantelería, servicios higiénicos diferenciados para damas y caballeros. En la cocina dispondrá con lo necesario para la conservación de los alimentos, platos para 4 tiempos.
- Para 1 tenedor o tercera categoría: Cristalería sencilla, servilletas de tela o papel, servicios higiénicos, platos para 3 tiempos. (Torruco y Ramírez, 1987)

En cuanto a los establecimientos de recreación y esparcimiento y, de seminarios y eventos (intermediación) no existe una categorización establecida por ningún autor o por el Ministerio de Turismo.

PREGUNTA 3: Meses de mayor afluencia de turistas

Tabla 55

Meses de mayor afluencia de turistas

| | | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|--------------------------|------------|------------|------------|---------------------|
| | | N | Porcentaje | |
| MESES DE MAYOR AFLUENCIA | Enero | 1 | 1.7% | 5.0% |
| | Febrero | 8 | 13.3% | 40.0% |
| | Marzo | 1 | 1.7% | 5.0% |
| | Abril | 1 | 1.7% | 5.0% |
| | Mayo | 1 | 1.7% | 5.0% |
| | Junio | 1 | 1.7% | 5.0% |
| | Julio | 1 | 1.7% | 5.0% |
| | Agosto | 16 | 26.7% | 80.0% |
| | Septiembre | 15 | 25.0% | 75.0% |
| | Octubre | 1 | 1.7% | 5.0% |
| | Noviembre | 3 | 5.0% | 15.0% |
| | Diciembre | 11 | 18.3% | 55.0% |
| Total | | 60 | 100.0% | 300.0% |

Fuente: Investigación de campo

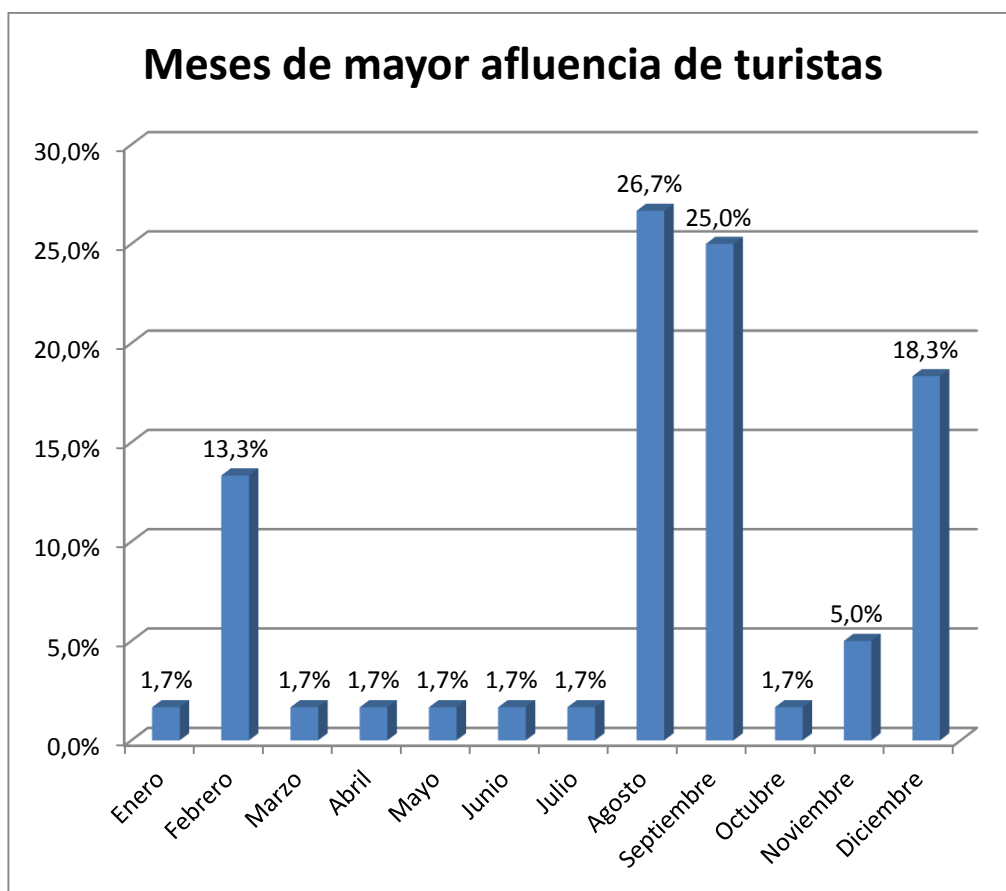


Figura 87 Meses de mayor afluencia de turistas

Acorde con el gráfico se puede observar que los meses de mayor afluencia son agosto con el 26,7% de turistas y septiembre con el 25% de turistas; asimismo, otros meses sobresalientes son diciembre con el 18,3% y febrero con el 13,3%. El resto de meses son relativamente bajos como noviembre con el 5% y el resto de meses con el 1,7%.

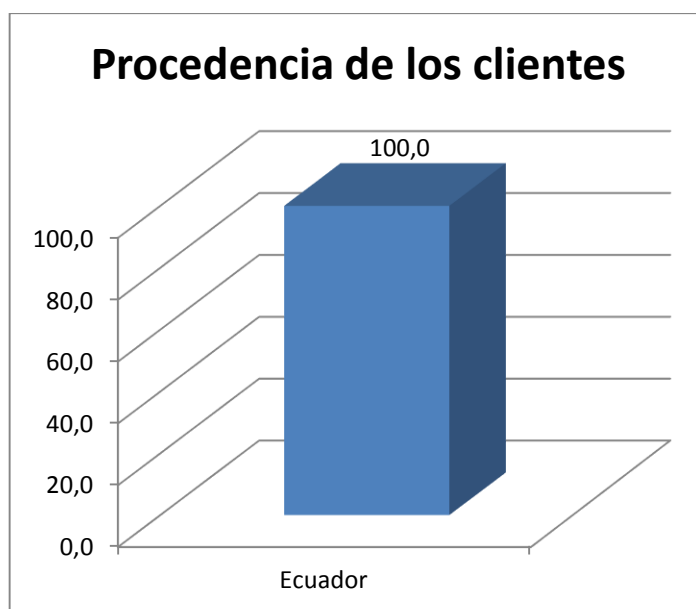
Se puede decir que los turistas visitan la localidad principalmente en estos meses, debido a que se desarrollan distintas actividades como las fiestas cantonales en septiembre, las fiestas de la Virgen del Cisne en agosto, en diciembre por fiestas de navidad y en febrero por carnavales.

En vista de ello, las festividades son una oportunidad para promocionar el cantón a través del desarrollo de actividades de índole turística y otros eventos que permitan exponer a los visitantes otros atractivos de la localidad aprovechando la alta afluencia turística, motivando a los viajeros a regresar a la localidad y de esta manera, ampliar el campo de acción de la localidad.

PREGUNTA 4: Procedencia de los clientes**Tabla 56****Procedencia de los clientes**

| Procedencia de los clientes | | | | | |
|-----------------------------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Ecuador | 22 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Fuente: Investigación de campo

**Figura 88 Procedencia de los clientes****Análisis e interpretación**

De acuerdo con la información recabada el 100% de los establecimientos recibe turistas ecuatorianos.

Esto se debe principalmente a la poca afluencia de turistas peruanos al Ecuador debido al actual momento que atraviesa el país; asimismo, Macará no es reconocida como una ciudad turística por los peruanos. Por otra parte, los principales lugares de procedencia de los turistas de Ecuador son Loja, Guayaquil y Machala.

En tal caso, es importante la formulación de estrategias promocionales y de mejoramiento de servicios que permitan atraer a los turistas peruanos hacia Macará, y de esa manera, ampliar el mercado objetivo de los prestadores de servicios locales.

PREGUNTA 5: Personal calificado o no calificado

Tabla 57

Personal calificado o no calificado

| Personal calificado y no calificado | | | | |
|-------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Personal Calificado | 1 | 4.5 | 100.0 | 100.0 |
| Personal No calificado | 21 | 95.5 | | |
| Total | 22 | 100.0 | | |

Fuente: Investigación de campo

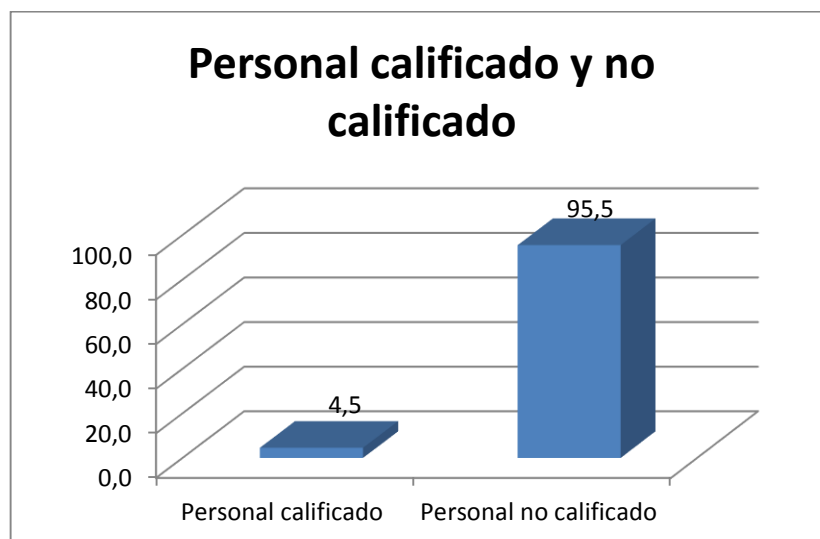


Figura 89 Personal calificado y no calificado

Análisis e interpretación

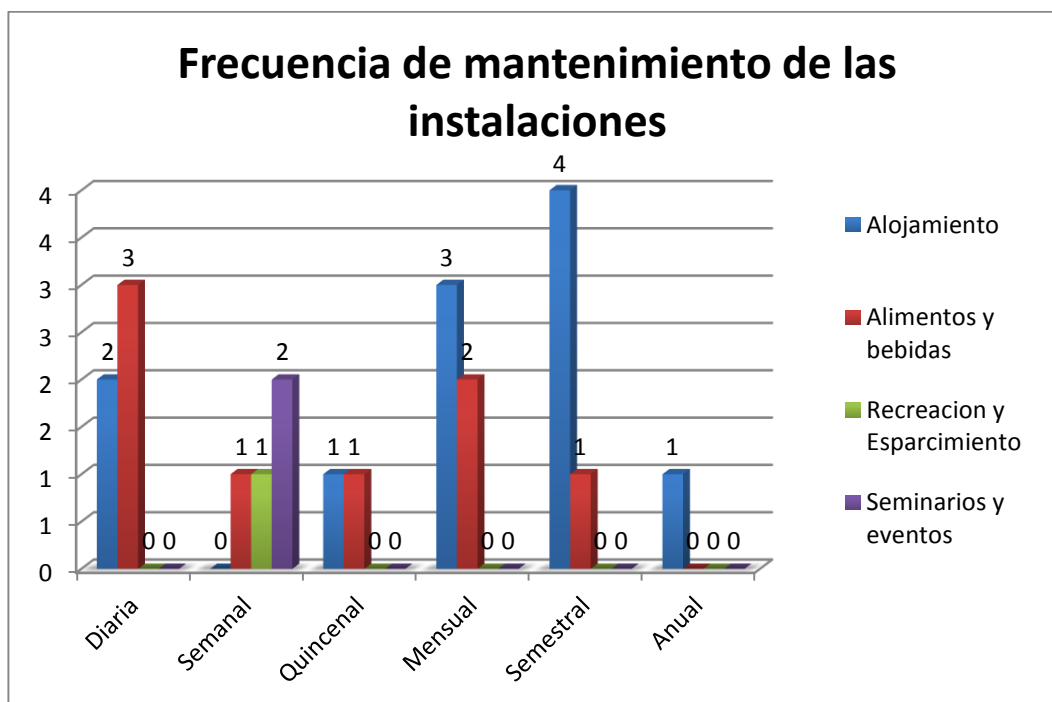
Acorde con la información mostrada, el 95,5% de los establecimientos no tienen personal calificado mientras que el 4,5% sí tiene personal calificado.

Por consiguiente, la mayor parte de los establecimientos de Macará no cuentan con personal especializado en gastronomía, hotelería y turismo lo que es una desventaja para el mejoramiento de los servicios. Por lo tanto, es indispensable que los establecimientos contraten personal con los conocimientos técnicos necesarios para gestionar apropiadamente la implementación y entrega de los servicios turísticos y así, garantizar la calidad de los servicios a los visitantes.

PREGUNTA 6: Frecuencia de mantenimiento de las instalaciones**Tabla 58****Frecuencia de mantenimiento de las instalaciones**

| Frecuencia de mantenimiento de las instalaciones | | | | | | | |
|--|--------|---------|-----------|---------|-----------|-------|-------|
| | Diaria | Semanal | Quincenal | Mensual | Semestral | Anual | Total |
| Alojamiento | 2 | 0 | 1 | 3 | 4 | 1 | 11 |
| Alimentos y bebidas | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0 | 8 |
| Recreación y Esparcimiento | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Seminarios y eventos | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 1 | 22 |

Fuente: Investigación de campo

**Figura 90 Frecuencia de mantenimiento de las instalaciones****Análisis e interpretación**

En concordancia con la información recabada se puede ver que:

Los establecimientos de alojamiento realizan mantenimiento de manera semestral y mensual con mayor frecuencia; mientras que una pequeña parte lo realizan de forma diaria, quincenal y anual. Siendo esto positivo puesto que la

mayoría cuidan las instalaciones que brindan a los huéspedes asegurando su satisfacción.

De las empresas que ofrecen servicios de alimentos y bebidas, la mayor parte realizan mantención diaria de las instalaciones; también de manera mensual, semanal, quincenal y semestral. Esto es beneficioso puesto que la mayoría de establecimientos cuidan frecuentemente las instalaciones.

Los establecimientos de recreación y esparcimiento realizan mantenimiento semanal debido a la naturaleza de la actividad y su horario de funcionamiento, lo cual hace necesario este tipo de mantenimiento.

Los establecimientos de seminarios y eventos (intermediación) efectúan el mantenimiento de los servicios de manera semanal debido a la frecuencia con la que se realizan los eventos.

Se puede notar que la mayoría de establecimientos realizan frecuentemente el mantenimiento de las instalaciones lo que es esencial para mantener la calidad de los servicios. Esta es información indispensable para que los turistas conozcan que los establecimientos de la localidad están en capacidad de brindarles productos y servicios confiables garantizando así, la adquisición de los mismos, lo cual es positivo para la imagen turística del cantón. Por sector

PREGUNTA 7: Tiempo de funcionamiento del establecimiento

Tabla 59

Tiempo de funcionamiento del establecimiento

| Tiempo de funcionamiento del establecimiento | | | | | |
|--|-----------------|---------------|----------------|----------------|--------------|
| | Menos de un año | De 1 a 3 años | De 7 a 10 años | Más de 10 años | Total |
| Alojamiento | 0 | 0 | 4 | 7 | 11 |
| Alimentos y bebidas | 1 | 1 | 2 | 4 | 8 |
| Recreación y Esparcimiento | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Seminarios y eventos | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 |
| TOTAL | 1 | 2 | 6 | 13 | 22 |
| TOTAL (%) | 4.5 % | 9.1 % | 23.7 % | 59.1 % | 100 % |

Fuente: Investigación de campo

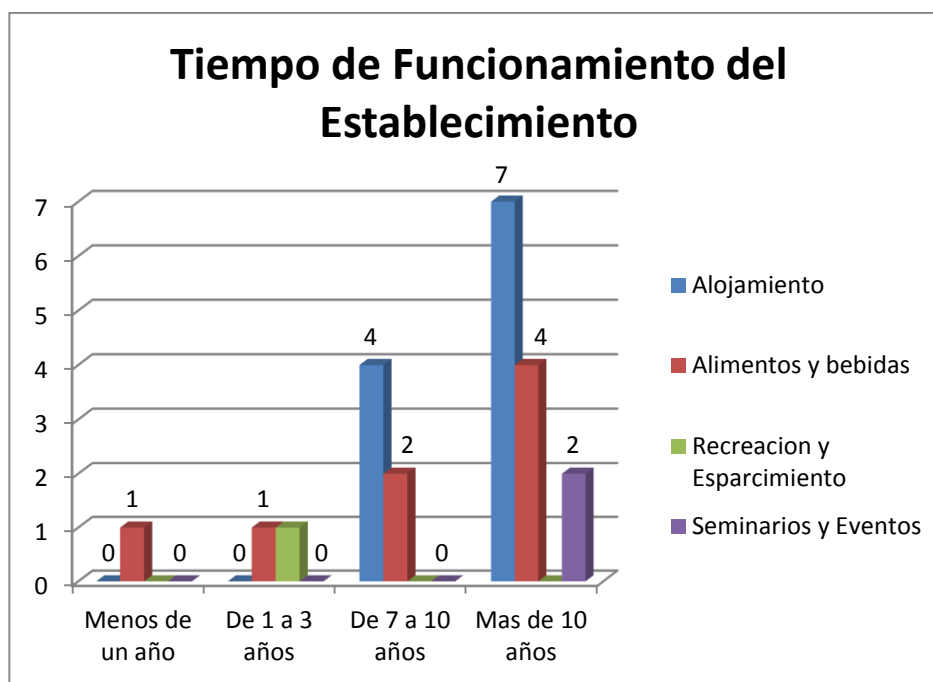


Figura 91 Tiempo de funcionamiento del establecimiento

Análisis e Interpretación

Según los datos, el 59,1% de los establecimientos tienen más de 10 años de funcionamiento, el 23,7% tiene de 7 a 10 años, el 9,1% de 1 a 3 años y el 4,5% menos de un año.

De igual manera, realizando una interpretación por cada tipo de establecimiento, se entiende que:

Todos los establecimientos registrados de alojamiento tienen más de 7 años de antigüedad, lo que significa que existe un equilibrio que permite que estos continúen funcionando; a pesar de ello, la nula creación de empresas y mejoramiento de servicios dedicadas a esta actividad en los últimos años revela un limitado crecimiento del mercado en la localidad.

Asimismo, se han creado empresas de alimentos y bebidas hasta el año anterior, siendo la actividad con más crecimiento respecto al resto; aun así, su incremento no es progresivo sino que va disminuyendo año a año debido a la falta de demanda de estos servicios lo que es negativo pues existe un escaso número de establecimientos categorizados que podrían aportar a la calidad turística del cantón.

En recreación y esparcimiento existe un establecimiento categorizado que es relativamente nuevo puesto que funciona solo 3 años; además, no se han creado nuevos establecimientos debido al escaso crecimiento de los consumidores en la

localidad, siendo desfavorable pues esta actividad se encuentra estancada y no se desenvuelve adecuadamente.

Los establecimientos de seminarios y eventos (intermediación) tienen más de 10 años de antigüedad y no existen más establecimientos dedicados a esa actividad. Esto se debe a la falta de consumidores de este servicio lo que neutraliza su expansión.

Se entiende entonces que los establecimientos con mayor antigüedad han logrado ocupar un lugar estable dentro de la localidad mientras que conforme han pasado los años se crean cada vez menos empresas relacionadas al turismo debido a las dificultades económicas existentes en el cantón fronterizo como consecuencia de la cercanía con Perú.

Así que es vital la intervención de las autoridades en la creación de programas que incentiven la implementación de nuevos establecimientos turísticos así como la ejecución de estrategias que favorezcan la captación de viajantes con la finalidad de diversificar la oferta turística proporcionándoles diferentes alternativas a los visitantes lo que es beneficioso para el desarrollo de la actividad dentro del cantón.

PREGUNTA 8: Herramientas de promoción utilizadas por el establecimiento

A continuación se muestra las principales herramientas publicitarias empleadas por los prestadores de servicios.

Tabla 60

Herramientas de promoción utilizadas por el establecimiento

| | | Respuestas | |
|---------------------------|---------------------|------------|------------|
| | | N | Porcentaje |
| Herramientas de promoción | Radio | 1 | 2.5% |
| | Medios electrónicos | 9 | 22.5% |
| | Recomendaciones | 21 | 52.5% |
| | Folletería | 7 | 17.5% |
| | Televisión | 2 | 5.0% |
| Total | | 40 | 100.0% |

Fuente: Investigación de campo

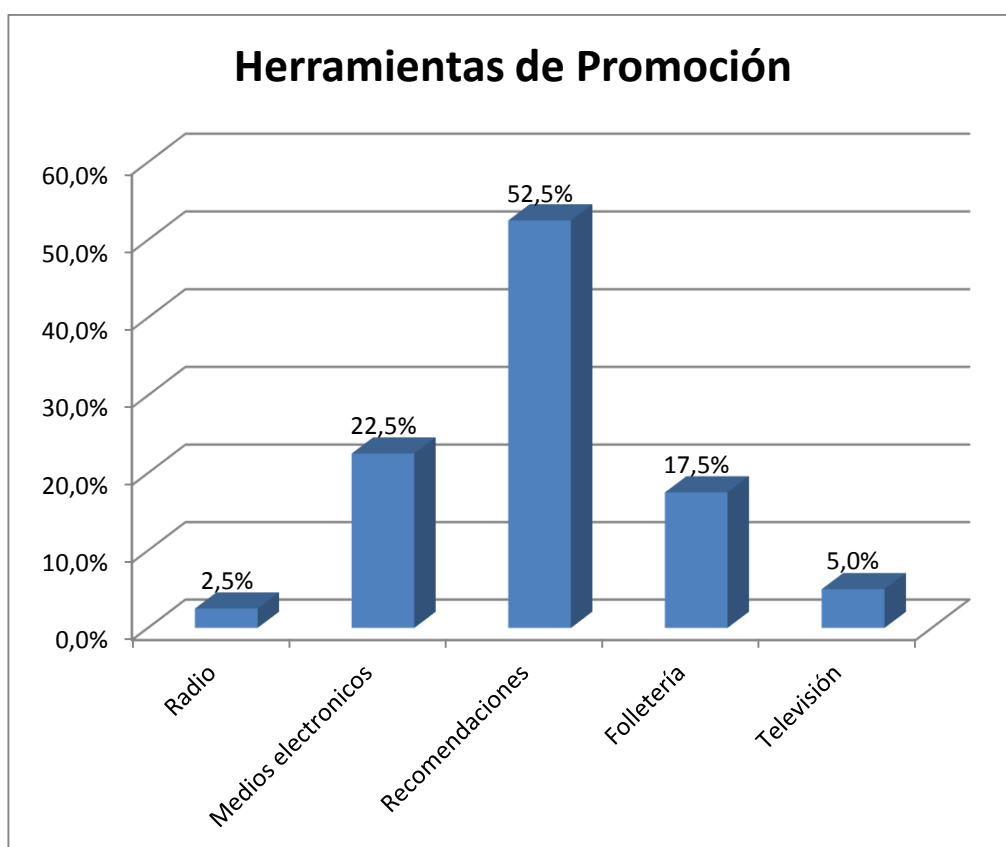


Figura 92 Herramientas de promoción

Análisis e interpretación

Conforme a la información expuesta, el 52,5% de los establecimientos no utilizan herramientas de publicidad puesto que los clientes llegan por medio de recomendaciones, el 22,5% se promociona por medios electrónicos especialmente redes sociales como Facebook, el 17,5% utiliza folletos y tarjetas de presentación, el 5% se promociona en televisión local y el 2,5% por medio de la radio local.

Es importante señalar que la mayoría de establecimientos que no realizan publicidad en algún medio es por falta de iniciativa puesto que todos estos instrumentos promocionales no son costosos dentro de la localidad. Asimismo, los medios de publicidad utilizados por sus características son limitados.

Por consiguiente, es indispensable que se utilice diferentes medios de promoción a nivel internacional a fin de llegar a los turistas peruanos con mayor facilidad, logrando así aumentar la ocupación dentro de los establecimientos turísticos de la localidad y de esa manera, estimular la economía dentro de la localidad.

PREGUNTAS POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO

Alojamiento

PREGUNTA 1: Ocupación del establecimiento por los turistas

Esta pregunta determina el número de turistas que pernoctan diariamente en los establecimientos hoteleros.

Tabla 61

Ocupación del establecimiento por los turistas

| Ocupación del establecimiento por los turistas | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | 3 | 1 | 9.1 | 9.1 | 9.1 |
| | 5 | 2 | 18.2 | 18.2 | 27.3 |
| | 8 | 2 | 18.2 | 18.2 | 45.5 |
| | 10 | 3 | 27.3 | 27.3 | 72.7 |
| | 15 | 1 | 9.1 | 9.1 | 81.8 |
| | 20 | 1 | 9.1 | 9.1 | 90.9 |
| | 25 | 1 | 9.1 | 9.1 | 100.0 |
| | Total | 11 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Investigación de campo

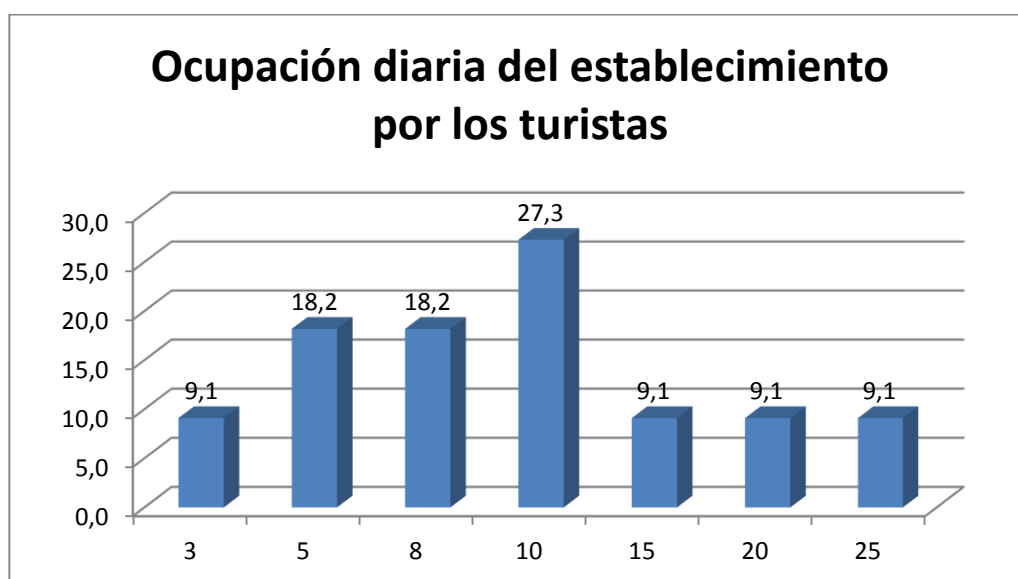


Figura 93 Ocupación del establecimiento por los turistas

Análisis e interpretación

Según la información, el 27,3% de los establecimientos recibe diariamente 10 huéspedes, el 18,2% alberga a 5 alojados, el 18,2% tiene 8 visitantes al día, el 9,1% tiene 3, 15,20 y hasta 25 clientes al día.

Casi todos los hostales mantienen una ocupación media baja respecto al número de habitaciones que tienen a disposición, que en la mayoría de establecimientos no sobrepasan las 30 personas.

Por ello, esta información es imprescindible para definir las condiciones bajo las cuales están desarrollando la actividad los prestadores de servicio actualmente y a partir de ello formular tácticas que cumplan con las condiciones necesarias para atraer al turista extranjero y al mismo tiempo optimizar los recursos que se utilizan en la prestación de servicios con el propósito de impulsar las actividades turísticas en los establecimientos hoteleros.

PREGUNTA 2: Estadía promedio de los turistas

Se define el tiempo promedio por noches que los turistas pernoctan regularmente en los establecimientos hoteleros

Tabla 62

Estadía promedio de los turistas

| Estadía promedio de los turistas | | | | | |
|---|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Una noche | 7 | 63.6 | 63.6 | 63.6 |
| | Dos noches | 3 | 27.3 | 27.3 | 90.9 |
| | De 3 a 6 noches | 1 | 9.1 | 9.1 | 100.0 |
| | Total | 11 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Investigación de campo

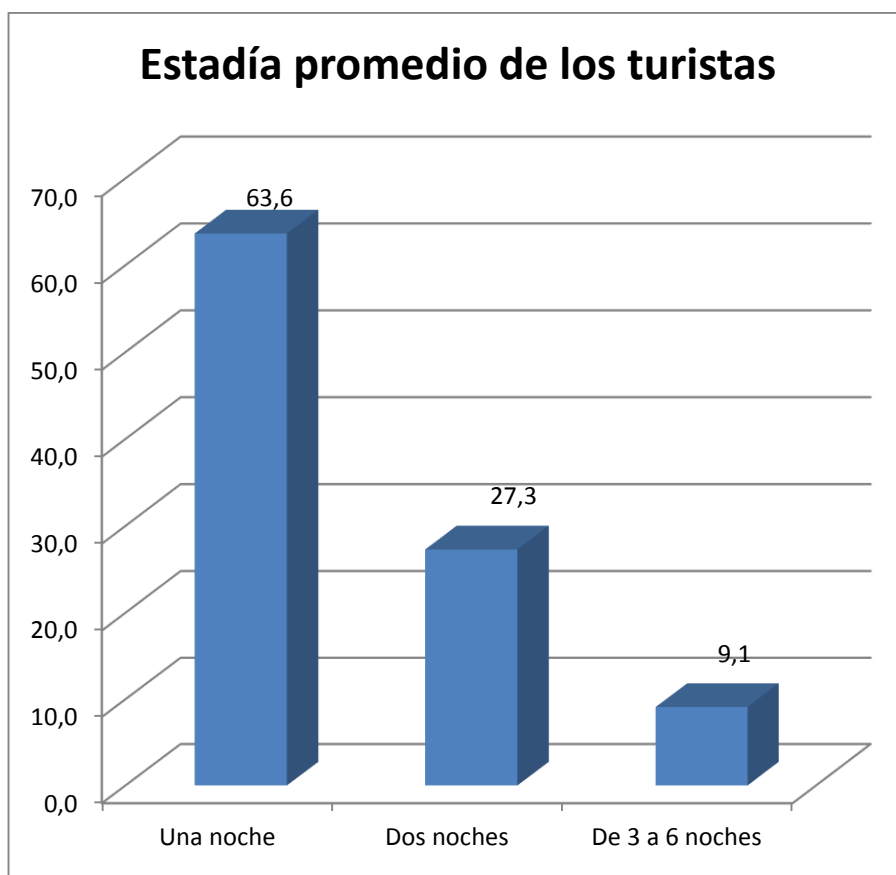


Figura 94 Estadía promedio de los turistas

Análisis e interpretación

Acorde a los datos, el 63.6% de los clientes permanece una noche en los establecimientos hoteleros, el 27.3% pernoctan dos noches aproximadamente y el 9.1% de 3 a 6 noches. Esto se debe a que la mayoría de los turistas solo permanecen en la localidad de 1 a 2 días realizando actividades de turismo o negocios.

Siendo así, es relevante crear servicios que se acoplen a este tipo de viajeros por el poco tiempo de permanencia de los mismos y, a largo plazo es necesario brindar información sobre los atractivos turísticos de la localidad para alargar su estancia o promover su retorno y de esa manera incrementar el gasto realizado por los visitantes que resultará en un ingreso adicional a los establecimientos que contribuye a la dinamización turística local.

PREGUNTA 3: Servicios que ofrece

Tabla 63

Servicios que ofrece

| | | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|----------------------|----------------------|------------|------------|---------------------|
| | | N | Porcentaje | |
| Servicios que ofrece | Televisión | 11 | 16.4% | 100.0% |
| | TV Cable | 10 | 14.9% | 90.9% |
| | Aire Acondicionado | 8 | 11.9% | 72.7% |
| | Parqueadero | 7 | 10.4% | 63.6% |
| | Agua caliente | 5 | 7.5% | 45.5% |
| | Room Service | 7 | 10.4% | 63.6% |
| | Lavandería | 9 | 13.4% | 81.8% |
| | Internet Inalámbrico | 10 | 14.9% | 90.9% |
| Total | 67 | 100.0% | 609.1% | |

Fuente: Investigación de campo

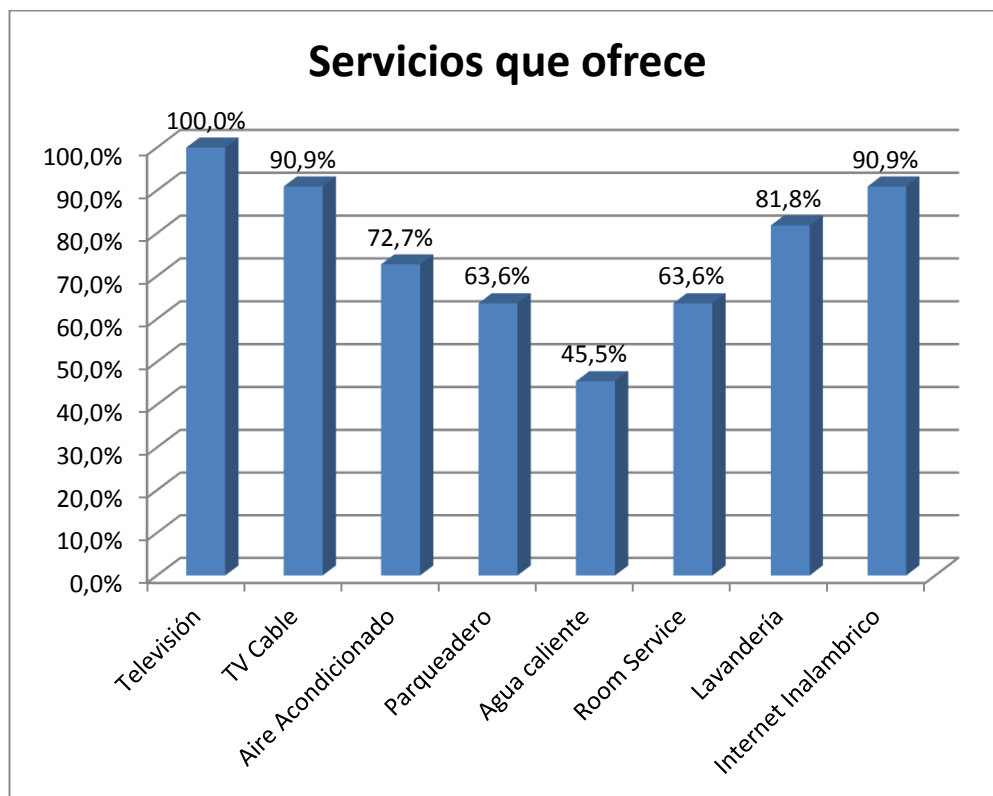


Figura 95 Servicios que ofrece

Análisis e interpretación

De acuerdo a la información, el 100% de los establecimientos ofrecen servicios de televisión, el 90,9% de televisión por cable, el 90,9% brindan internet inalámbrica, el 81,8% poseen servicios de lavandería, el 72,7% tienen aire acondicionado, el 63,6% parqueadero y room service y el 45,5% agua caliente.

Se puede notar que la mayor parte de establecimientos hoteleros brindan la mayoría de servicios mostrados. Cabe recalcar que ninguno de los establecimientos cumple con todos los servicios; sin embargo, la implementación de estos servicios en los hostales es positiva para el mejoramiento de la calidad en la localidad.

Asimismo, es ideal definir qué servicios deben ser mejorados e implementados por los establecimientos hoteleros para asegurar estándares de calidad que satisfagan las necesidades de los turistas.

PREGUNTA 4: Rango de tarifas

En esta pregunta se define los precios que manejan los establecimientos hoteleros para los turistas.

Tabla 64

Rango de Tarifas

| | | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|------------------|--------------------|------------|------------|---------------------|
| | | N | Porcentaje | |
| RANGO DE TARIFAS | Hasta 10 dólares | 7 | 15.2% | 63.6% |
| | De 11 a 20 dólares | 23 | 50.0% | 209.1% |
| | De 20 a 30 dólares | 9 | 19.6% | 81.8% |
| | Más de 30 dólares | 7 | 15.2% | 63.6% |
| Total | | 46 | 100.0% | 418.2% |

Fuente: Investigación de campo

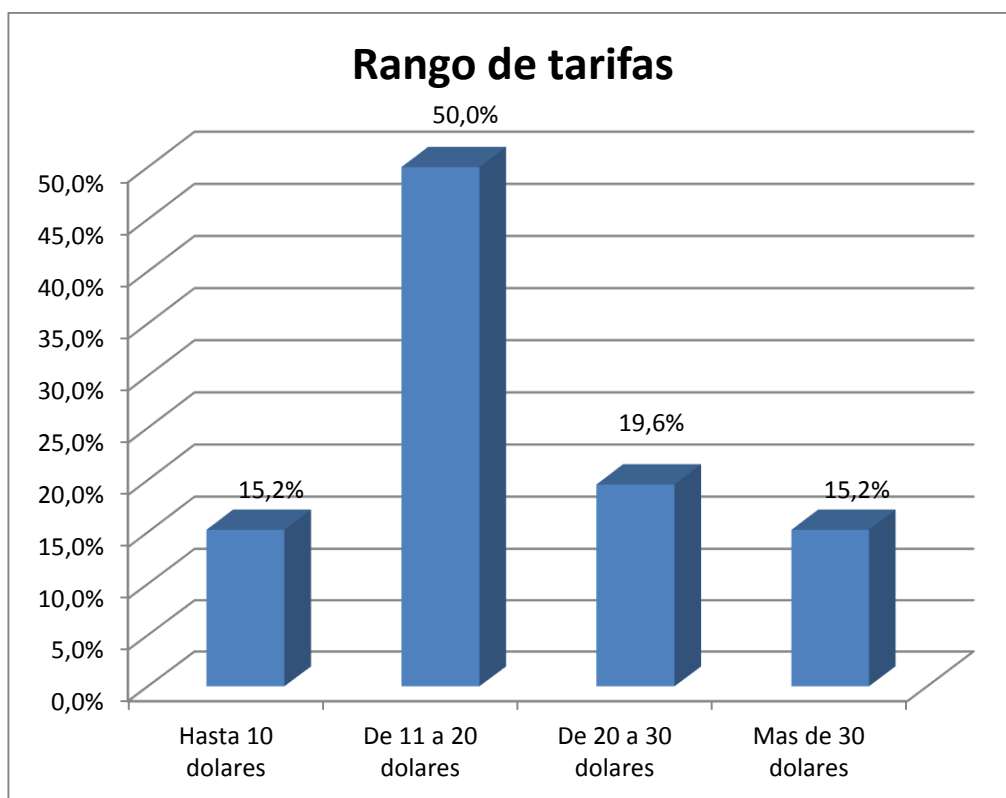


Figura 96 Rango de tarifas

Análisis e interpretación

Según la información previa, el 50% de los establecimientos tienen un rango de precios entre 11 a 20 dólares, seguido del 19.6% que tienen tarifas entre 20 a 30 dólares, el 15,2% que manejan valores que sobrepasan los 30 dólares al igual que el 15,2% que tienen valores hasta 10 dólares.

Se puede observar que los valores solicitados por la mayoría de los prestadores de servicios de alojamiento son bastante accesibles puesto que están acorde a la percepción de los turistas que ingresan al Ecuador. Esto es una ventaja, pues permite definir el perfil de los clientes que visitan los establecimientos hoteleros para direccionar los esfuerzos hacia este tipo de turistas ajustando los servicios ofertados a su presupuesto.

Alimentos y Bebidas

PREGUNTA 1: Ocupación semanal de establecimientos por turistas extranjeros

En esta pregunta se expone la información referente a la cantidad de turistas que reciben los establecimientos de alimentos y bebidas semanalmente.

Tabla 65

Ocupación semanal de establecimientos por turistas

| Ocupación del establecimiento por turistas extranjeros | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | 1 | 2 | 25.0 | 25.0 | 25.0 |
| | 3 | 1 | 12.5 | 12.5 | 37.5 |
| | 5 | 1 | 12.5 | 12.5 | 50.0 |
| | 10 | 1 | 12.5 | 12.5 | 62.5 |
| | 12 | 1 | 12.5 | 12.5 | 75.0 |
| | 20 | 1 | 12.5 | 12.5 | 87.5 |
| | 50 | 1 | 12.5 | 12.5 | 100.0 |
| | Total | 8 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Investigación de campo

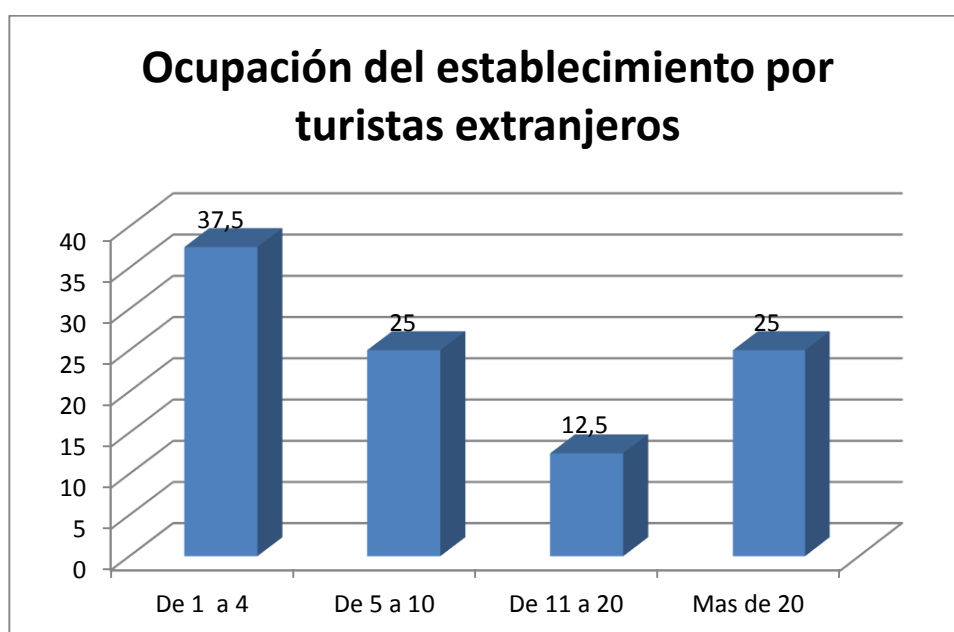


Figura 97 Ocupación de establecimiento semanal por turistas extranjeros

Análisis e interpretación

En concordancia con la información se observa que el 37,5 % de los establecimientos de alimentos y bebidas reciben de 1 a 4 turistas extranjeros por semana, mientras que el 25% de los restaurantes y bares reciben de 5 a 10 turistas, el 25 % más de 20 turistas extranjeros y el 12,5% de los establecimientos de 11 a 20 visitantes extranjeros.

Es necesario definir estrategias de precios y promociones para atraer a los turistas extranjeros para de esa manera acrecentar la concurrencia de los mismos, y obtener mayor beneficio económico para los prestadores de servicios.

PREGUNTA 2: Servicios que ofrece

Tabla 66

Servicios que ofrece

| | Servicios que ofrece | | |
|----------------------|----------------------|------------|---------------------|
| | Respuestas | | Porcentaje de casos |
| | N | Porcentaje | |
| Internet Inalámbrico | 3 | 14.3% | 37.5% |
| Bar | 5 | 23.8% | 62.5% |
| Televisión por cable | 6 | 28.6% | 75.0% |
| Servicio a domicilio | 6 | 28.6% | 75.0% |
| Parqueadero | 1 | 4.8% | 12.5% |
| | 21 | 100.0% | 262.5% |

Fuente: Investigación de campo

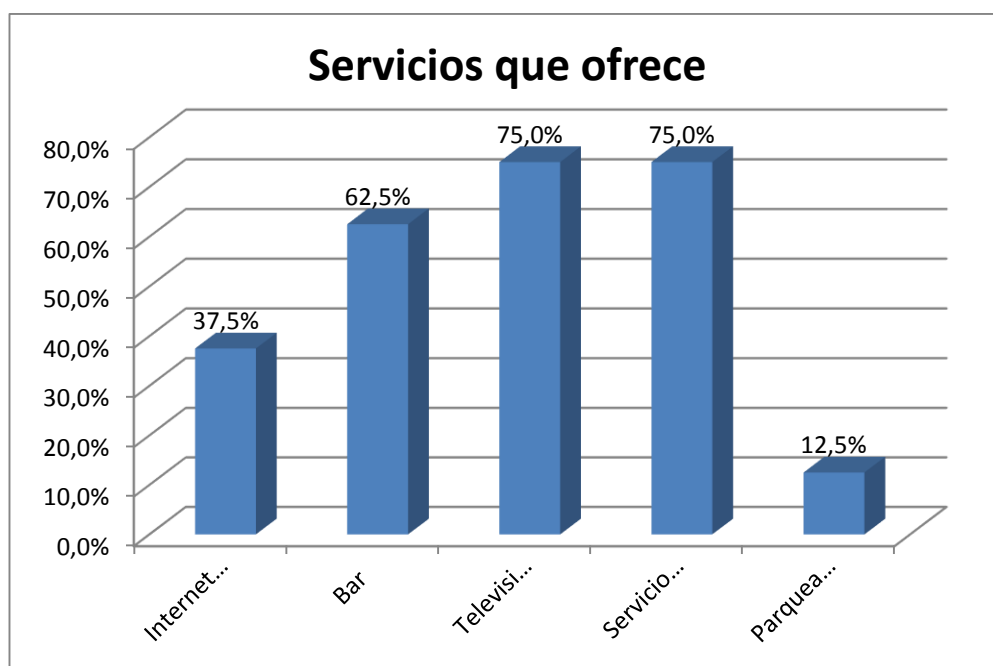


Figura 98 Servicios que ofrece.

Análisis e interpretación

Conforme la información expuesta, el 75% de los establecimientos ofrecen televisión por cable al igual que servicio a domicilio, el 62,5% brindan servicio de bar, el 37,5% tienen internet inalámbrico y el 12,5% ofrecen parqueadero.

Se observa que la mayoría de establecimientos cumplen con la mayor parte de los servicios expuestos; sin embargo, los servicios que no son muy frecuentes en estas empresas actualmente son muy importantes para los clientes.

Entonces es imprescindible que los establecimientos mejoren e implementen los servicios considerados necesarios por los turistas logando así, captar mayor cantidad de visitantes hacia los establecimientos de alimentos y bebidas locales.

PREGUNTA 3: Rango de tarifas

Tabla 67

Rango de tarifas

| | | Respuestas | | Porcentaje de casos |
|------------------|--------------------|------------|------------|---------------------|
| | | N | Porcentaje | |
| Rango de tarifas | Menos de 2 dólares | 1 | 11.1% | 14.3% |
| | De 2 a 5 dólares | 4 | 44.4% | 57.1% |
| | Más de 8 dólares | 4 | 44.4% | 57.1% |
| Total | | 9 | 100.0% | 128.6% |

Fuente: Investigación de campo

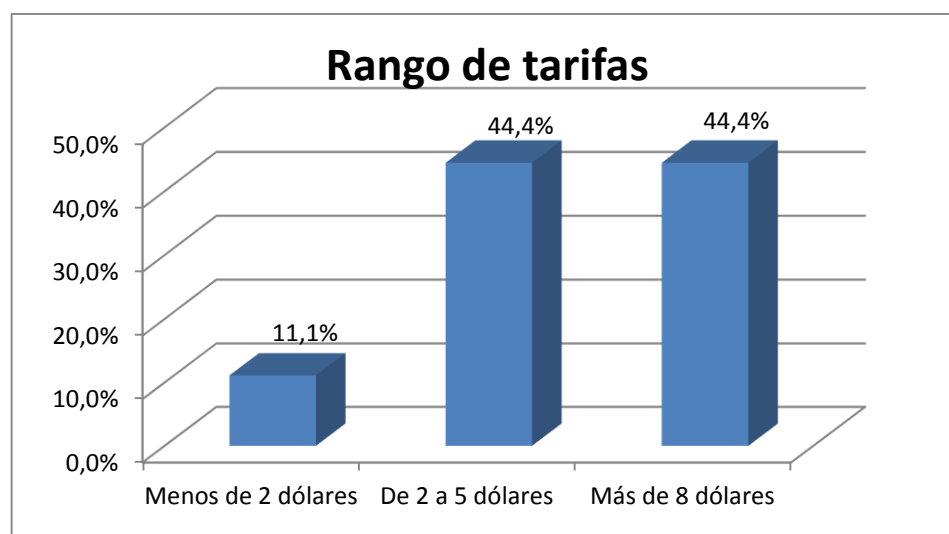


Figura 99 Rango de tarifas

Análisis e interpretación

Acorde a la información mostrada el 44,4% de los establecimientos manejan precios de 2 a 5 dólares; asimismo, el 44,4% tienen valores mayores a 8 dólares y el 11,1% tiene valores menores a 2 dólares.

Como se puede ver casi la totalidad de los establecimientos manejan tarifas superiores a los 2 dólares. Lo cual es positivo porque la mayoría de turistas están dispuestos a gastar valores más elevados por los servicios de alimentos y bebidas.

Es así, que es necesario desarrollar lineamientos estratégicos para la creación e innovación de productos generando mayor consumo por parte de los turistas y, ampliando así la cartera de productos y servicios ofertados por los prestadores de servicios.

Recreación y esparcimiento

Para este tipo de servicio existe solo un establecimiento categorizado por el Ministerio de Turismo por lo tanto se ha realizado un análisis general.

Tabla 68

Frecuencia de afluencia de turistas

| ESTABLECIMIENTO DE RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO | | | | |
|--|----------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|
| PREGUNTA | Variable | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido |
| Frecuencia de afluencia de turistas | Solo fines de semana | 1 | 100.0 | 100.0 |
| Servicios que ofrece | Karaoke | 1 | 20.0% | 100.0% |
| | Música en vivo | 1 | 20.0% | 100.0% |
| | Aire acondicionado | 1 | 20.0% | 100.0% |
| | Animación | 1 | 20.0% | 100.0% |
| | Parqueadero | 1 | 20.0% | 100.0% |
| Rango de tarifa | Menos de 3 dólares | 1 | 100% | 100% |

Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación

De acuerdo a lo expuesto, la afluencia de los turistas al establecimiento de recreación y esparcimiento se produce solo en fines de semana; es así, que la mayoría de los establecimientos han empezado a funcionar en estos días. Asimismo, entre los

servicios que brinda están karaoke, música en vivo, aire acondicionado, animación y parqueadero. El rango de valores aproximados que manejan es menor a 3 dólares.

Es así, que se debe identificar las principales falencias a mejorar para formular estrategias de mejora de servicios y de establecimiento de precios para aumentar la afluencia turística y así, intensificar la adquisición de servicios turísticos.

Seminarios y eventos (intermediación)

En los establecimientos que ofrecen servicios de seminarios y eventos se han identificado dos empresas con características similares de funcionamiento por lo tanto se va a realizar un análisis detallado de toda la información.

Tabla 69

Establecimientos de seminarios y eventos

| ESTABLECIMIENTOS DE SEMINARIOS Y EVENTOS | | | |
|---|--------------------------|-------------------|-------------------|
| PREGUNTA | Variable | Frecuencia | Porcentaje |
| Frecuencia de adquisición de servicios por turistas | Anual | 2 | 100% |
| Servicios que ofrece | Animación | 2 | 33.30% |
| | Equipo audiovisual | 2 | 33.30% |
| | Cristalería y mantelería | 2 | 33.30% |
| Rango de tarifas | De 5 a 10 dólares | 2 | 100% |

Fuente: Investigación de campo

Análisis e Interpretación

Acorde a la información, los servicios son adquiridos por turistas extranjeros anualmente; de igual forma, el rango de tarifas es de 5 a 10 dólares por persona y los servicios que se ofrecen son animación, equipo audiovisual y, cristalería y mantelería que no están incluidos en el valor. Cabe mencionar que estos establecimientos raramente realizan eventos científicos, congresos o seminarios puesto que generalmente las instalaciones son solicitadas para eventos sociales.

Esta información es útil para definir las estrategias que se deben implementar para orientar los productos y servicios del establecimiento hacia los visitantes, y con ello incrementar la demanda de estos servicios en la localidad.

4.1.3.2 Análisis de hipótesis mediante pruebas estadísticas

Para analizar la idea a defender se fundamentó en los resultados obtenidos a través de los herramientas de recolección de datos direccionadas tanto de los turistas peruanos como de los prestadores de servicio.

Es así, que el trabajo estadístico desarrollado se basó en una encuesta dirigida a los prestadores de servicios que se encuentran categorizados por el Ministerio de Turismo en las actividades de alojamiento, alimentos y bebidas, y, recreación y esparcimiento; además de los establecimientos de intermediación relacionados a la organización de seminarios y eventos, en donde se obtuvo un número de 22 establecimientos registrados por lo tanto se procedió a realizar un censo debido al número limitado de establecimientos.

De igual forma, se efectuó una encuesta orientada a los turistas peruanos que ingresan por la Frontera Internacional de Macará; en donde, para determinar la muestra se utilizó la fórmula de población finita de Murray y Larry pues la población era de 12 931 personas obteniendo una muestra de 150 personas.

Entonces, en base a los datos recabados se rechaza la hipótesis puesta que la mayoría de turistas no visitan el cantón sino que lo consideran un lugar de tránsito.

Por tanto, para que Macará sea considerado un lugar turístico se debe implementar nuevas alternativas turísticas acorde a las condiciones de la localidad; asimismo, es necesario mejorar la infraestructura y los accesos a los atractivos turísticos. Por otra parte, la promoción es de vital importancia para difundir la información más relevante acerca de los atractivos del cantón; de igual forma, la implementación y mejora de los servicios por parte de los prestadores de servicios contribuiría al aumento de la afluencia turística como consecuencia del tráfico fronterizo.

4.1.3.3 Informe final de resultados

Para determinar la importancia de la presente investigación se expone las resoluciones positivas y negativas del estudio realizado.

4.1.3.3.1 Introducción

Para desarrollar el presente estudio se partió de la definición de una metodología sistémica que permite organizar la información de tal manera que se pueda interpretar y presentar los datos obtenidos detalladamente.

Inicialmente se introduce al tema de investigación a través de la exteriorización de información relacionada al tema de estudio. De igual manera, se estudió pormenorizadamente los principales factores que inciden en el desarrollo tanto interno como externo de la localidad para exponerlos a través de un FODA. Asimismo, se utilizaron diferentes herramientas de recolección de datos como la entrevista que se realizó al Ing. Damián Morales mediante la que se recopiló información respecto al desarrollo del turismo receptivo dentro de la localidad, y las encuestas; una dirigida a la oferta que son los prestadores de servicios categorizados por el Ministerio de Turismo que son aproximadamente 22 establecimientos; y otra, orientada a la demanda donde se consideraron aleatoriamente a 150 turistas peruanos que ingresan al Ecuador por la Frontera Internacional de Macará de acuerdo a la muestra.

Estos instrumentos facilitaron el acercamiento a los grupos de estudio y ampliaron el campo de acción de la investigadora permitiéndole obtener la información necesaria para verificar la hipótesis. Finalmente se presentaron los resultados obtenidos que sustentan el trabajo desarrollado previamente.

4.1.3.3.2 Comprobación de la hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis se ha recurrido a la información previamente recabada en la investigación de campo por la investigadora.

La hipótesis a ser comprobada es: “El tráfico fronterizo influye directamente en el desarrollo turístico del cantón Macará”.

Uno de los datos más importantes obtenidos para verificar la hipótesis es referente al lugar de visita de los turistas peruanos mediante el cual se obtuvo la siguiente información:

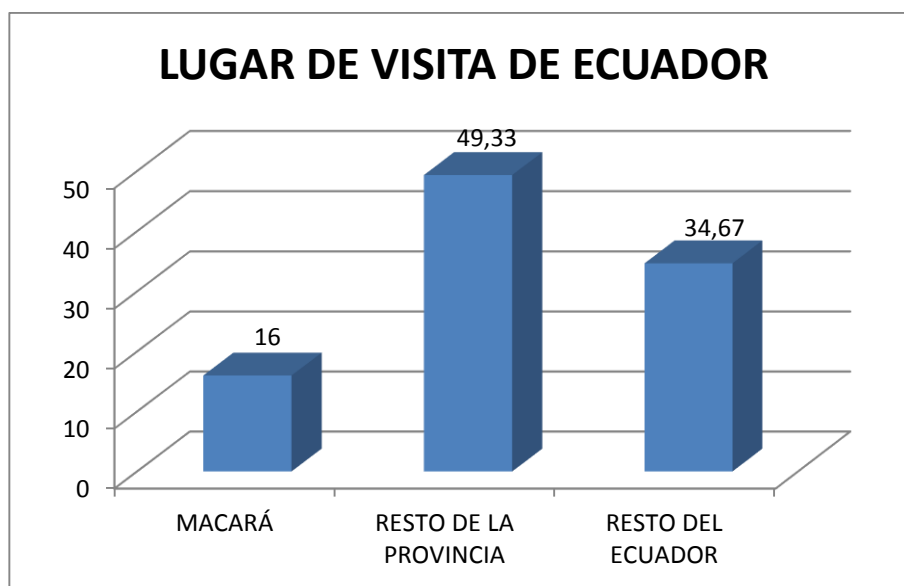


Figura 100 Lugar de visita en Ecuador

De acuerdo a esta información solamente el 16% de los turistas pernoctan en Macará que representa aproximadamente 24 personas del total de los encuestados.

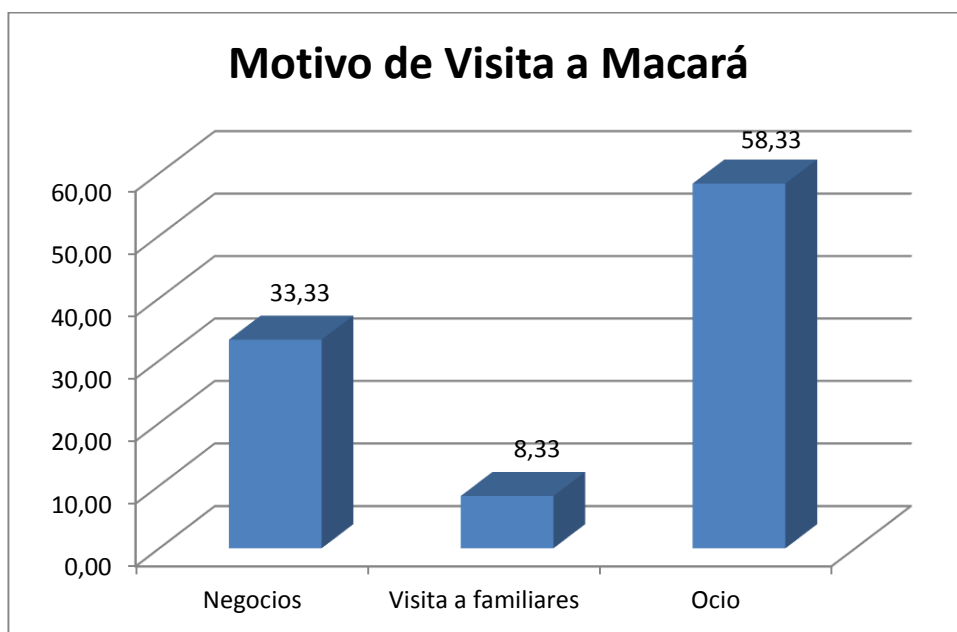


Figura 101 Motivo de visita a Macará

De este porcentaje aproximadamente el 58,33% visitan Macará por turismo, el 33,33% por negocios y 8,33% por visita a familiares.

Relacionando esta información con el número de ingresos a Ecuador por la frontera internacional de Macará que anualmente se registraron 12 391 según datos

oficiales, se obtiene que 1 983 personas entran exclusivamente a Macará al año y de este grupo 1 156 realizan turismo en Macará.

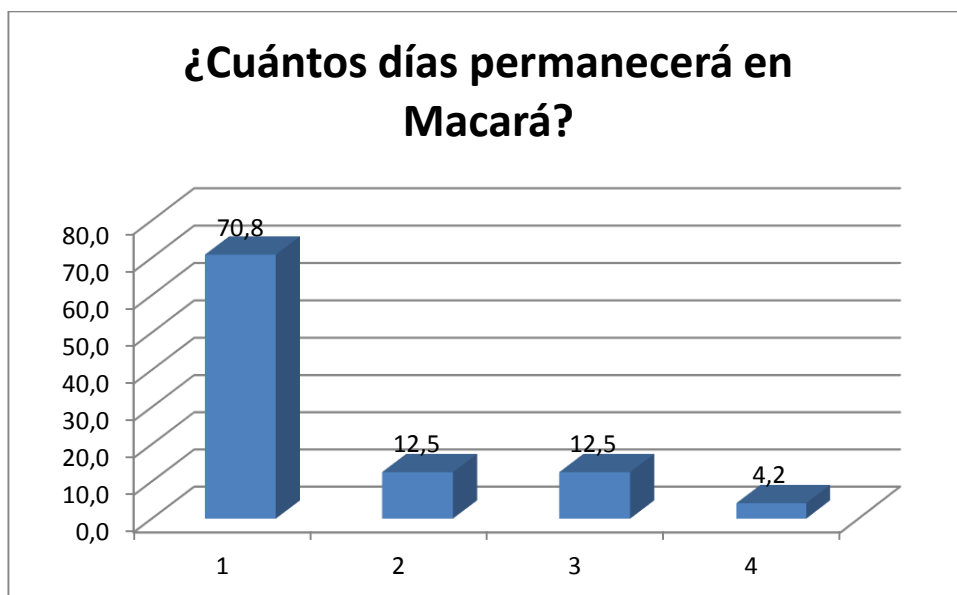


Figura 102 ¿Cuántos días permanecerá en Macará?

En el gráfico anterior se puede notar que el 70,8% de los turistas permanecen un día en Macará, por lo tanto se puede deducir que no realizan muchas actividades debido al poco tiempo de estancia en la localidad.

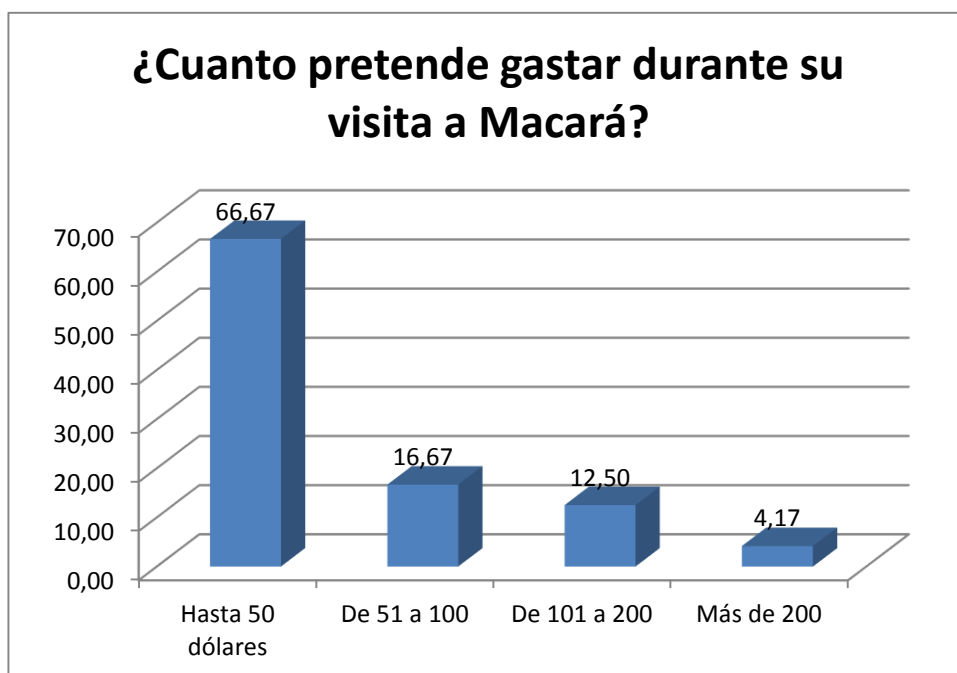


Figura 103 ¿Cuánto pretende gastar durante su visita a Macará?

Asimismo, el 66,67% de los visitantes pretenden gastar hasta 50 dólares durante su visita lo que se considera un valor medio bajo.

Además, en el análisis descriptivo de los datos de la oferta se expone que el 100% de los establecimientos turísticos de la localidad mayormente reciben turistas de Ecuador, específicamente de Guayaquil, Machala y Loja.

Conforme a la información previamente expuesta, se determina que Macará es una ciudad de tránsito para los turistas puesto que la mayor parte tiene como destino otras localidades de la provincia y del país; asimismo los prestadores de servicios raramente reciben clientes peruanos. A pesar de que la mayoría de turistas que visitan Macará realizan actividades de turismo, su influencia es mínima pues es un número de visitantes es poco considerable y el gasto es bastante limitado debido al poco tiempo de permanencia en la localidad.

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis puesto que el tráfico fronterizo no influye directamente en el desarrollo turístico del cantón Macará.

Es así, que la información presentada será valiosa pues permite la formulación de lineamientos estratégicos que contribuyen a posicionar a Macará como un destino turístico a nivel provincial en el corto plazo y a nivel nacional a largo plazo.

4.1.3.3.3 Limitaciones de la investigación

Para el desarrollo de la presente investigación una de las principales limitaciones fue la escasez de información turística actualizada de la localidad por parte de diferentes instituciones debido al proceso de actualización de datos de los prestadores de servicios que se está llevando a cabo.

De igual forma, la investigación de campo se desarrolló en la zona del Puente Internacional de Macará que se considera una zona insegura debido a la influencia del contrabando, lo que significó una barrera para la investigadora que recurrió a un sinnúmero de estrategias para lograr la información requerida.

Por otra parte, la poca afluencia de turistas peruanos hacia Ecuador retrasó la recolección de datos para la investigación pues se debía permanecer varias horas seguidas para obtener el mínimo de información necesaria.

Además, la falta de interés de los participantes dificultaba la obtención de información que refleje sus perspectivas reales, especialmente en lo referente a los servicios limitándose a dar respuestas monótonas sin ningún tipo de reflexión; del

mismo modo, algunos turistas se negaban a colaborar con la encuesta por miedo debido a que se considera una zona de peligro; también, por el tiempo que requería la misma y por falta de conocimientos sobre el tema.

4.1.3.3.4 Contribuciones

El presente trabajo contribuye a muchos actores que participan en el desarrollo del turismo.

Es así que para la investigadora, este estudio le permite tener una visión mucho más amplia del potencial turístico de la localidad, de los factores que inciden en el desarrollo de un proyecto asociado al sector y de las diferentes alternativas existentes que pueden ser útiles para el desarrollo del turismo en Ecuador; de igual forma, a los prestadores de servicios les dará una percepción de las necesidades de los visitantes, con la finalidad de cambiar sus estrategias para captar este tipo de turistas, e implementar nuevos servicios que mejoren la calidad de los establecimientos y así garantizar a los turistas la calidad de los servicios adquiridos.

Por otra parte, a las diferentes autoridades y representantes del turismo en Macará les proporcionará una herramienta adicional para potencializar o complementar los proyectos que tienen como objetivo atraer al turista extranjero, crear nuevos planes o proyectos que contribuyan a mejorar la oferta turística del cantón y, proyectar la demanda existente a efectos de crear servicios que están en capacidad de cubrirla.

Para los turistas sirve como un referente tanto de los atractivos turísticos que posee el cantón Macará como de la calidad, cantidad y costo de los servicios existentes para definir si es conveniente visitar la localidad u otros lugares de tanto de la provincia como del país.

Simultáneamente, a los habitantes de Macará les otorga un instrumento de información útil para emprender proyectos turísticos o relacionados al mismo, contribuyendo a la diversificación de la oferta turística y, permitiendo que se intensifique la economía dentro de la localidad.

Del mismo modo, para los estudiantes de Turismo puede ser útil en la fundamentación de nuevas investigaciones de turismo orientadas a una población o comunidad específica; de igual manera, por sus características puede ser valiosa para los estudiantes de otras ramas de estudio para respaldar un proyecto que requiera una

investigación de campo a nivel internacional. Para los emprendedores supone una herramienta que brinda la información necesaria para crear, innovar o implementar actividades turísticas dentro del cantón o de la provincia.

Además, el Ministerio de Turismo puede aprovechar esta investigación como un referente de información que favorece la creación de nuevas estrategias que fomenten el turismo receptivo puesto que el análisis de los atributos de Macará y sus condiciones brindan una nueva perspectiva del potencial del cantón.

Por último, para la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE es una investigación que enriquecerá su base de datos debido a que sería una de las primeras investigaciones de turismo desarrolladas en el cantón Macará y que tiene una connotación internacional.

4.1.3.3.5 Pistas para investigaciones posteriores

La presente investigación puede ser útil para diversos campos de estudio puesto que por sus particularidades brinda la posibilidad de fundamentar nuevas investigaciones en la rama del turismo u otras ramas de estudio.

Por tanto, esta investigación contiene la información necesaria para la definición de los aspectos socioeconómicos que han afectado el desarrollo de los establecimientos turísticos en la localidad en los últimos años; de igual forma, puede servir de información base para elaborar un estudio sobre el análisis de las causas de la poca afluencia turística hacia el cantón Macará.

Asimismo, el reconocimiento del cantón desde un punto de vista turístico puede favorecer las investigaciones relacionadas a la potenciación de los atractivos turísticos del cantón, a la implementación de actividades turísticas que activen el turismo en la localidad y, al análisis comparativo de los atractivos naturales y culturales con localidades cercanas a Macará. Por otra parte, puede ser usada como referencia en los análisis referentes a la situación económica actual existente en el cantón y su influencia en el desarrollo turístico.

Además, la información referente a los turistas brinda la posibilidad de la formulación de investigaciones relacionadas al perfil del cliente, implementación de servicios en base a las necesidades del cliente, proyección de la demanda por turismo receptivo, análisis de las condiciones actuales del turista internacional y análisis comparativo de precios entre las localidades cercanas de Perú y Macará.

El estudio de los servicios brindados por los establecimientos favorece el desarrollo de investigaciones sobre la calidad de los servicios ofertados por los establecimientos turísticos, análisis del costo de los servicios turísticos de la localidad y su influencia en el desenvolvimiento de los turistas, estudio de las características de los turistas en base a los servicios requeridos y un análisis comparativo de la calidad de los servicios solicitados vs la predisposición de pago de los turistas.

Finalmente, este estudio permite que nuevos investigadores evalúen el perfil del emprendedor, los parámetros que influyen en la constitución de un nuevo emprendimiento turístico, análisis de las condiciones adecuadas que promuevan el emprendimiento en la localidad y características de la calidad de los emprendimientos.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- El tráfico fronterizo de personas no influye directamente en el desarrollo turístico de Macará puesto que es considerada una ciudad de paso debido a que solo 16% de los turistas visitan la localidad, de este porcentaje más del 70% permanece solo un día; asimismo el 65% aproximadamente pretende gastar hasta 50 dólares en su viaje. Además, el 100% de los prestadores de servicios locales reciben principalmente turistas ecuatorianos. Por lo tanto, la influencia del tráfico fronterizo proveniente de Perú sobre Macará no es significativa.
- La información teórica recolectada inicialmente proporcionó los conocimientos fundamentales sobre el tema de estudio permitiendo definir los límites y alcances del tema de investigación.
- De acuerdo al análisis FODA, el GAD Municipal de Macará está interesado en desarrollar actividades relacionadas al turismo orientado tanto a la captación de turistas nacionales como extranjeros, debido a que las condiciones actuales del turismo en el país son una oportunidad; además Perú se considera un potencial emisor de turistas para Ecuador lo que debe ser aprovechado; sin embargo no se han creado programas tecnológicos relacionados a la actividad y ha emigrado el contingente humano con capacidad para emprender proyectos de turismo.
- Se determinó que el 61% de los turistas peruanos que visitan Ecuador son de Piura y se proyecta un crecimiento poco significativo en los próximos años; asimismo, la oferta ha sufrido un descenso puesto que el 59% de establecimientos se crearon antes 2005, por tanto, se espera que la tendencia sea negativa ya que se prevé que no se creará ningún establecimiento turístico en los años venideros.
- Se determinó que la demanda está constituida por turistas que visitan Ecuador que tienen una edad comprendida entre 35 a 49 años, son de género masculino en su gran mayoría, su principal interés es realizar actividades de

turismo, su lugar de procedencia es el departamento de Piura, ingresan al país 2 veces al año, pernoctan de 1 a 2 días aproximadamente, la mayor parte se movilizan en transporte público, su percepción del gasto por la adquisición de cada servicio turístico es de 6 a 10 dólares y el gasto promedio total esperado es de hasta 200 dólares por persona.

- Se definió en el cantón Macará que la oferta está conformada por establecimientos mayormente categorizados siendo la mayoría de alojamiento, pertenecientes a segunda categoría, sus clientes son principalmente de Ecuador, reciben mayor cantidad de personas en febrero, agosto, septiembre y diciembre, la mayoría no cuenta con personal especializado en hotelería, turismo y gastronomía y, la principal herramienta de publicidad son las recomendaciones.
- La mayoría de turistas están dispuestos a gastar valores entre 6 a 20 dólares en cada servicio adquirido en Ecuador lo que está acorde a los costos de los establecimientos turísticos de la localidad; de igual manera, el gasto promedio de un turista en Macará es de hasta 50 dólares y para el resto de la provincia es de hasta 200 dólares, lo cual refleja valores adecuados para el tiempo promedio de permanencia en los lugares de visita.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda a los actores involucrados en la actividad turística local en el cantón Macará formular estrategias que contribuyan a mejorar las herramientas publicitarias, la infraestructura de los atractivos, la calidad de los servicios y la implementación de otras actividades turísticas para de esa manera atraer a una mayor cantidad de visitantes y activar el turismo dentro de la localidad.
- Resulta recomendable que El GAD Municipal de Macará conjuntamente con las autoridades gubernamentales creen las condiciones adecuadas para que el contingente humano que está en capacidad de contribuir al desarrollo turístico local permanezca en el cantón a través de la inversión de mayor cantidad de recursos en el sector puesto que es un lugar con cuenta con las características necesarias para ser potencial especialmente por sus atractivos naturales permitiendo que surjan nuevos emprendimientos relacionados a la actividad.
- Se recomienda a las diferentes instituciones públicas asociadas al turismo de la localidad desarrollar estrategias como la colocación de puestos de información turística en el ingreso por la Frontera Internacional de Macará para que los turistas extranjeros puedan orientarse de mejor manera y determinar adecuadamente su destino lo que permite la difusión de los sitios turísticos tanto de Macará como del resto del Ecuador y el aumento del flujo turístico fomentando así la aparición de otras actividades que dinamicen el desarrollo turístico local.
- Se recomienda a las autoridades gubernamentales crear un reglamento o ley que favorezca a las localidades fronterizas del Sur del país, para de esa forma reactivar la economía local de tal manera que las actividades turísticas puedan desarrollarse con mayor facilidad mejorando las condiciones socioeconómicas de la localidad.
- Resulta recomendable que las empresas turísticas locales mejoren sus servicios para atraer mayor cantidad de turistas mediante la capacitación del personal para brindar una mejor atención al cliente especialmente en hotelería, turismo y gastronomía; además de implementar los servicios mayormente solicitados por los turistas y manejar estándares de calidad con

el fin de cumplir los requerimientos de los clientes y así, contribuir al desarrollo turístico local.

- Es recomendable que, los prestadores de servicios consideren el perfil del consumidor y la predisposición de gasto a efectos de ajustar el presupuesto con la finalidad de satisfacer eficientemente las necesidades de los visitantes logrando así, una mayor captación de turistas.

Bibliografía

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica-ANDES. (06 de enero de 2014). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica-ANDES*. Recuperado el 26 de noviembre de 2015, de Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica-ANDES: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/frontera-entre-ecuador-peru-es-franja-diversa-atrae-ciudadanos-ambos-paises-andinos.html>
- Alan Strahler, Arthur Newell Strahler. (2006). *Introducing physical geography*. J. Wiley.
- American Marketing Association -AMA. (2015). *American Marketing Association*. Recuperado el 04 de noviembre de 2015, de Dictionary: <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=C&dLetter=C>
- Andalucía Lab. (25 de marzo de 2015). *Andalucía Lab.Org*. Recuperado el 21 de noviembre de 2015, de Andalucía Lab.Org: <http://www.andalucialab.org/blog/tendencias-tecnologicas-turismo-2015/>
- Armijo, M. (2009). *Comisión Económica para Latinoamérica y El Caribe*. Recuperado el 30 de octubre de 2015, de Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público: http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacion_es_trategica.pdf
- Asamblea Constituyente del Ecuador. (2008). *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR*. Montecristi: Editorial Jurídica del Ecuador.
- Ascanio, A. (2014). Turismo como sistema de servicios: Soportes físicos y estrategias. *Papers de Turisme*, 35-50.
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015, de http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Evolución de la Balanza Comercial*. Recuperado el 14 de noviembre de 2015, de Evolución de la Balanza Comercial: <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201511.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Inflación del Ecuador*. Recuperado el 04 de noviembre de 2015, de Inflación del Ecuador: http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

- Banco Mundial. (16 de octubre de 2015). *Banco Mundial*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015, de Banco Mundial: <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD/countries/EC?display=graph>
- Banco Mundial. (2015). *INB per cápita, método Atlas*. Recuperado el 14 de noviembre de 2015, de INB per cápita, método Atlas: <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GNP.PCAP.CD/countries/EC-XJ-XT?display=graph>
- Barrera, J. (2008). El proyecto de investigación. *Comprensión holística de la metodología y la investigación*.
- Bastidas, J. (2007). *Nociones de Hidrografía*. Mérida.
- Berrocal, S. P. (1999). *Gestión de recursos humanos por competencias*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- Binkhorst, E. (2008). Turismo de co-creación, valor añadido en escenarios turísticos. *Journal of Tourism Research*, 40-51.
- Bravo, E. (16 de febrero de 2007). *Acción Ecológica*. Recuperado el 27 de noviembre de 2015, de Acción Ecológica: http://www.accionecologica.org/index.php?option=com_content&task=view&id=754
- Briceño, G. (2010). *MONOGRAFÍA DEL CANTÓN MACARÁ DE LA PROVINCIA DE LOJA*. Recuperado el 22 de noviembre de 2015, de MONOGRAFÍA DEL CANTÓN MACARÁ DE LA PROVINCIA DE LOJA: <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2428/1/Tesis%20de%20Salas.pdf>
- Briceño, P. (07 de marzo de 2009). *El Modelo Turístico Tradicional*. Recuperado el 30 de octubre de 2015, de El Modelo Turístico Tradicional: <http://slideplayer.es/slide/131582/>
- Brida, J. G. (2008). *Turismo y crecimiento económico: el caso de Uruguay*. . Montevideo: Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.
- Camara Provincial de Turismo - CAPTUR. (2015). *VisitEcuador.travel*. Recuperado el 14 de noviembre de 2015, de VisitEcuador.travel: <http://www.visitecuador.travel/mapas.php?categ=11&idiom=1&menu=2#>
- Centro de Logística y Soluciones Aduanales. (2015). *CELSA*. Recuperado el 30 de octubre de 2015, de Glosario Aduanal: <http://www.solucionesaduanales.com.mx/glosario.html#t>

- Chamorro, R. (2008). *Una revolución en el turismo gracias a las TIC*. New York: Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación.
- Chaves, R. L. (30 de Agosto de 2012). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Recuperado el 01 de Noviembre de 2015, de Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos: <http://190.11.224.74:8080/jspui/bitstream/123456789/440/1/2106408270.pdf>
- Consejo Nacional de Competencias - SENPLADES. (2012). *PLAN NACIONAL DE DESCENTRALIZACIÓN 2012-2015*. Quito: Ecuador.
- Corporación para el Desarrollo Sostenible - CODESO. (2015). *Corporación para el Desarrollo Sostenible - CODESO*. Recuperado el 27 de noviembre de 2015, de Corporación para el Desarrollo Sostenible - CODESO: <http://www.codeso.com/TurismoEcuador/FotosLoja02.html>
- De La Colina, J. M. (2009). *Marketing turístico*. Antioquia: Centro de Estudios de Opinión-CEO.
- Equipo Técnico de Planificación Cantonal- Macará. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará*. Recuperado el 14 de noviembre de 2015, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará: http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1160000830001_1_15-03-2015_23-58-22.DIAGN%C3%93STICO%20MACAR%C3%81.pdf
- Fernandez, R. (2009). *Repositorio de la Universidad para la Cooperación Internacional*. Recuperado el 30 de octubre de 2015, de Los modelos turísticos y los determinantes principales de los Flujos Turísticos Internacionales: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/MC4.2.pdf>
- Figueiredo, N. B. (2012). *Planificación y gestión de las visitas al patrimonio natural y cultural ya los atractivos turísticos*. Belem: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- Fundación de Conservación Jocotoco. (2015). *Fundación de Conservación Jocotoco*. Recuperado el 24 de noviembre de 2015, de Fundación de Conservación Jocotoco: <http://fjocotoco.org/reserves-jorupe/?lang=es>
- García, R. (02 de junio de 2015). *AprendedeTurismo.org*. Recuperado el 21 de noviembre de 2015, de AprendedeTurismo.org:

<http://www.aprendedeturismo.org/tendencias-tecnologicas-que-revolucionan-el-turismo/>

- Gobierno Autonomo Descentralizado Minicipal del cantón Macará. (2014). *Gobierno Autonomo Descentralizado Minicipal del cantón Macará*. Recuperado el 27 de noviembre de 2015, de Gobierno Autonomo Descentralizado Minicipal del cantón Macará: <http://www.municipiomacara.gob.ec/gadmacara/index.php/menup-noticias/menup-noticias-eventos/429-se-aprobo-anteproyecto-para-presupuesto-2015-en-macara>
- Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará. (2015). *Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará*. Recuperado el 22 de noviembre de 2015, de Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del cantón Macará: <http://www.municipiomacara.gob.ec/gadmacara/index.php/explore/menup-gadmacara-departamentos>
- Guzmán, T. J. (2009). *Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en El Salvador*. San Salvador: REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos.
- Hernández, J. (2008). LA CALIDAD EN EL SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. *Revista Unisangil Empresarial*, 2.
- Hidalgo, E. (2014). *Plan de Trabajo Gobiernos Autonomos Descentralizados*. Recuperado el 18 de noviembre de 2015, de Plan de Trabajo Gobiernos Autonomos Descentralizados: http://vototransparente.ec/apps/elecciones-2014/images/planes_trabajo/LOJA/ALCALDES%20MUNICIPALES/MACARA/LISTAS%2035/LISTAS%2035.pdf
- Honorable Congreso del Estado de Veracruz. (2015). *LXIII LEGISLATURA*. Recuperado el 30 de octubre de 2015, de Conceptos de Legislación: <http://www.legisver.gob.mx/?p=cl>
- Hunger, Wheelen, Sánchez, Van der Lind, Mejía. (2007). *Administracion Estrategica Y Politica de Negocios 10ed*. México D.F.: Pearson Educación.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010 -Fascículo Provincial de Loja*. Recuperado el 30 de octubre de 2015, de Censo de Población y Vivienda 2010 -Fascículo Provincial de Loja: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/loja.pdf>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú-INEI. (julio de 2015). *Día Mundial de la Población*. Recuperado el 25 de enero de 2016, de Día Mundial de la Población: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1251/Libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censo . (2014). *INEC*. Recuperado el 04 de julio de 2015, de Anuario de Entradas y Salidas Internacionales 2014: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/Publicaciones/Anuario_ESI_2014.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censo - INEC. (2012). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales*. Recuperado el 14 de noviembre de 2015, de Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2011). *Información Censal Cantonal*. Recuperado el 14 de noviembre de 2015, de Información Censal Cantonal: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/informacion-censal-cantonal/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2014). *Anuario de Entradas y Salidas Internacionales 2014*. Recuperado el 04 de noviembre de 2015, de Anuario de Entradas y Salidas Internacionales 2014: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/Publicaciones/Anuario_ESI_2014.pdf
- Intituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (2015). *Intituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual*. Recuperado el 23 de noviembre de 2015, de Intituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual: <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/la-institucion/>
- Intituto Nacional de Estadística y Censo -INEC. (2015). *ANUARIO DE ENTRADAS Y SALIDAS INTERNACIONALES 2014*. Recuperado el 24 de noviembre de 2015, de ANUARIO DE ENTRADAS Y SALIDAS INTERNACIONALES 2014: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/Publicaciones/Anuario_ESI_2014.pdf
- Iturriza, J. (Noviembre de 1986). *Integración Fronteriza. Un Enfoque Metodológico*. Bogotá: Revista Integración Latinoamericana.

- Jonathan Rodriguez y Autores. (2011). *Estudios de Mercado*. Recuperado el 30 de octubre de 2015, de Estudios de Mercado y su relación con el proyecto: <http://mercadoyproyectos.blogspot.com/2011/06/estudios-de-mercado-y-su-relacion-con.html>
- La Hora - Provincia de Loja. (21 de septiembre de 2015). *La Hora - Provincia de Loja*. Recuperado el 27 de noviembre de 2015, de La Hora - Provincia de Loja: http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101865648/-1/Macar%C3%A1,_cumple_113_a%C3%B1os_de_vida_cantonal_.html#.Vlj7pnYvfIU
- Las 5 Fuerzas de Porter. (2015). *Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa*. Recuperado el 30 de octubre de 2015, de Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa: <http://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Ley de Extranjería. (19 de noviembre de 2004). *Ley de Extranjería*. Recuperado el 23 de noviembre de 2015, de Ley de Extranjería: <http://www.ministeriointerior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/LEY-DE-EXTRANJERIA.pdf>
- Ley de Migración. (10 de febrero de 2014). *Ley de Migración*. Recuperado el 23 de noviembre de 2015, de Ley de Migración: <http://www.ministeriointerior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/LEY-DE-MIGRACION.pdf>
- Ley de Turismo. (27 de diciembre de 2002). *Ley de Turismo*. Recuperado el 23 de noviembre de 2015, de Ley de Turismo: <http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/lotaip2015/BASE%20LEGAL/LEY%20DE%20TURISMO.PDF>
- López, A. (2007). *Frontera*. Recuperado el 04 de noviembre de 2015, de Frontera: <http://eprints.ucm.es/6997/1/FRONTERA.pdf>
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados*. México D.F.: Pearson Education.
- Mancomunidad Bosque Seco 2014. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará*. Recuperado el 19 de noviembre de 2015, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará: http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1160000830001_1_15-03-2015_23-58-22.DIAGN%C3%93STICO%20MACAR%C3%81.pdf
- Mapas Ecuador. (2015). *Mapas Ecuador*. Recuperado el 14 de noviembre de 2015, de Mapas Ecuador: <http://www.mapasecuador.net/mapa/mapa-loja-mapa-division-politica.html>

- Mazaro, R. (2008). Factores determinantes de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, 5-6.
- Mi Atlas. (2015). *AULARAGON*. Recuperado el 18 de enero de 2016, de AULARAGON:
<http://www.aularagon.org/files/espa/atlas/mapasmudosbconegro.htm>
- Miguel Acerenza, Cees BM Van Riel, JM Rosemberg, Cambiace Laberte, Manuel Gurria, José Barquero, Francisco Escudero. (1984). *ADMINISTRACION DEL TURISMO*.
- Mijares, M. (2011). *Formas de Gobierno*. Bloomington: Palibrio.
- Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autonomos Descentralizados. (octubre de 2010). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización*. Recuperado el 23 de noviembre de 2015, de Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización:
http://www.ame.gob.ec/ame/pdf/cootad_2012.pdf
- Ministerio de Finanzas . (24 de mayo de 2015). *Ministerio de Finanzas*. Recuperado el 30 de noviembre de 2015, de Acuerdo Ministerial N.0197:
http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/06/AM-2015-0197_MET_2015.pdf
- Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración del Ecuador, Dirección General de Promoción Económica del Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú. (marzo de 2011). *Ministerio del Comercio Exterior*. Recuperado el 22 de noviembre de 2015, de Ministerio del Comercio Exterior:
http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/001_PER477.pdf
- Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información. (2014). *Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información*. Recuperado el 21 de noviembre de 2015, de Ecuador cuenta con una propuesta de plan estratégico de investigación, desarrollo e innovación de las TIC:
<http://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-cuenta-con-una-propuesta-de-plan-estrategico-de-investigacion-desarrollo-e-innovacion-de-las-tic/>
- Ministerio de Turismo. (2011). *Identificación y Dinamización Turística del corredor Bosque Seco Sector Cantón Macará, Provincia de Loja*. Recuperado el 26 de noviembre de 2015, de Identificación y Dinamización Turística del corredor Bosque Seco Sector Cantón Macará, Provincia de Loja:
<file:///C:/Users/EVA/Downloads/TESIS%20LETTY%20JARAMILLO.pdf>

- Ministerio de Turismo. (2015). *Boletín de Estadísticas Turísticas 2010-2014*. Recuperado el 13 de noviembre de 2015, de Boletín de Estadísticas Turísticas 2010-2014:
<https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/BoletinesEstadisticos/Anuario/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2010-2014.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Perfil General del Turista - Perú*. Recuperado el 14 de noviembre de 2015, de Perfil General del Turista - Perú:
<https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/InteligenciaMercados/Perfiles/Inteligencia-de-mercados-Perfil-Peru.pdf>
- Ministerio de Turismo. (22 de enero de 2015). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Recuperado el 18 de noviembre de 2015, de Reglamento General a la Ley de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador - Mintur. (2015). *Programa Nacional de Capacitación Turística*. Recuperado el 23 de noviembre de 2014, de Programa Nacional de Capacitación Turística:
<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/programa-nacional-de-capacitacion-turistica>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014). *OPTUR*. Recuperado el 04 de julio de 2015, de Principales Indicadores de Turismo Diciembre 2014:
http://www.optur.org/estadisticas/Diciembre_boletin_2014.pdf
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *Boletín de Estadísticas Turísticas 2010-2014*. Quito.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *Portal de Servicios Turísticos*. Recuperado el 23 de noviembre de 2015, de Portal de Servicios Turísticos:
<http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos>
- Ministerio de Turismo del Ecuador, Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (23 de noviembre de 2012). *Ministerio de Comercio Exterior del Ecuador*. Recuperado el 23 de noviembre de 2015, de Ministerio de Comercio Exterior del Ecuador:
http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/003_PER525.pdf

- Ministerio del Ambiente. (2009). *Ministerio del Ambiente*. Recuperado el 27 de noviembre de 2015, de Ministerio del Ambiente: <http://www.ambiente.gob.ec/parque-nacional-yacuri/>
- Ministerio del Interior. (2013). *Ministerio del Interior* . Recuperado el 21 de noviembre de 2015, de Ministerio del Interior: <http://www.ministeriointerior.gob.ec/ecuador-y-argentina-firmaran-convenio-de-cooperacion-bilateral-en-materia-de-migracion/>
- Ministerio del Interior. (2013). *Proyecto de Fortalecimiento Institucional de las Unidades de Control Migratorio*. Recuperado el 22 de noviembre de 2015, de Proyecto de Fortalecimiento Institucional de las Unidades de Control Migratorio: <http://www.ministeriointerior.gob.ec/proyecto-de-fortalecimiento-institucional-de-las-unidades-de-control-migratorio/>
- Ministerio del Turismo del Ecuador. (2015). *Principales Indicadores de Turismo - Marzo 2015*. Recuperado el 14 de noviembre de 2015, de Principales Indicadores de Turismo - Marzo 2015: file:///C:/Users/EVA/Downloads/10%20Mintur_boletin_MAR2015.pdf
- Mondino, M. B. (2012). Recursos Organizacionales: Concepto, Clasificación e Indicadores. *Revista Científica Técnica Administrativa*.
- Monterrubio, J. C. (2011). *Turismo y cambio sociocultural. Una perspectiva conceptual*. México D.F.: Plaza y Valdés–UAEM.
- Mora Lema, M. J. (2011). *Cuadernos de Administración*. Recuperado el 2015 de junio de 21, de La Teoría Contingencial de la Administración : [http://fayol.univalle.edu.co/Publicaciones/pagina%20web/Articulos/7-Cuadernos_de_Administracion_\(Junio-1983\)/7-\(03\)_La_teor%C3%ADa_contingencial_en_la_administracion_\(Milton_Mora\).pdf](http://fayol.univalle.edu.co/Publicaciones/pagina%20web/Articulos/7-Cuadernos_de_Administracion_(Junio-1983)/7-(03)_La_teor%C3%ADa_contingencial_en_la_administracion_(Milton_Mora).pdf)
- Mora, M. (16 de noviembre de 2011). *Cuadernos de Administración: La teoría contingencial en la administración*. Recuperado el 06 de agosto de 2015, de Cuadernos de Administración: <http://educyt.univalle.edu.co/index.php/cuadernosadmin/article/view/883>
- N Gregory Mankiw, Hilda Peña-Alfaro, David Peña-Alfaro, Malú Fairchild. (2009). *Principios de economía*. Madrid: Cengage Learning.
- Naturaleza y Cultura Internacional. (2015). *Naturaleza y Cultura Internacional*. Recuperado el 24 de noviembre de 2015, de Naturaleza y Cultura Internacional: <http://www.naturalezaycultura.org/spanish/htm/ecuador/areas-dryforest-laipuna.htm>

- Navas, A. H. (2004). La diversificación desde la Teoría de Recursos y Capacidades. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 87-104.
- Ontaneda, S. M. (2011). *Repositorio Digital - Universidad Politécnica Salesiana*. Recuperado el 30 de octubre de 2015, de Plan de mejoramiento de las áreas: productiva, comercial, administrativa y financiera de la empresa artesanal Fatrom, ubicada al sur de la ciudad de Quito en la provincia de Pichincha : <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1428/3/CAPITULO%202.pdf>
- Organización Mundial del Turismo -OMT. (2007). *Organización Mundial del Turismo OMT*. Recuperado el 19 de agosto de 2015, de Entender el Turismo: Glosario Básico: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Paoletti, M. (1993). ¿Qué es la Geografía? En M. Paoletti, *Introducción a las Ciencias Sociales* (págs. 79-99). Rivero y Gutierrez.
- Perez, A. (18 de febrero de 2009). *Gestión y Evaluación de Proveedores*. Recuperado el 04 de noviembre de 2015, de Gestión y Evaluación de Proveedores: <http://www.gestiopolis.com/gestion-y-evaluacion-de-proveedores/>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará 2014. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará 2014*. Recuperado el 19 de noviembre de 2015, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará 2014: http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1160000830001_1_15-03-2015_23-58-22.DIAGN%C3%93STICO%20MACAR%C3%81.pdf
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará 2011. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará 2011*. Recuperado el 19 de noviembre de 2015, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Macará 2011: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/1160000830001/PDyOT/01022013_152614_DIAGNOSTICO%20PLAN%20DE%20DESARROLLO%20CANTON%20MACARA.pdf
- Plog, Jolly, Bates. (1976). *Anthropology: decisions, adaptation, and evolution*. New York: Knopf.
- Polga-Hecimovich, J. (2013). Ecuador: Estabilidad institucional y la consolidación de poder de Rafael Correa. *Revista de ciencia política* , 135-160.

- Portal de Trámites Ciudadanos de la Presidencia de la República. (2015). *Trámites Ciudadanos*. Recuperado el 23 de noviembre de 2015, de Trámites Ciudadanos:
http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite_imp.php?cd=2556&PHPSESSID=nums7v6n600e4oe231p7u3i4v5
- Profesores UNAM. (s.f.). *Técnica, Tecnología, Investigación y Desarrollo e Innovación*. Recuperado el 04 de noviembre de 2015, de Técnica, Tecnología, Investigación y Desarrollo e Innovación: http://profesores.fi-b.unam.mx/jlfl/Seminario_IEE/Tecnologia.pdf
- Ramírez, G. (2008). *PORTER 5 FUERZAS Y DIAMANTE DE LA COMPETITIVIDAD*. Documento de Trabajo.
- Real Academia Española de la Lengua. (s.f.). *Real Academia Española de la Lengua*. Recuperado el 05 de Julio de 2015, de Real Academia Española de la Lengua: <http://lema.rae.es/drae/>
- Reglamento General de Actividades Turísticas . (2002). *Reglamento General de Actividades Turísticas* . Recuperado el 23 de noviembre de 2015, de Reglamento General de Actividades Turísticas : <http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Reglamento%20General%20de%20Actividades%20Turisticas.pdf>
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para Diagnóstico Turístico Local*. Recuperado el 25 de Mayo de 2015, de Manual para Diagnóstico Turístico Local: <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
- Romero, N. E. (2009). Factores Críticos de Éxito: Una estrategia de competitividad. *CULCyT: Cultura Científica y Tecnológica*, 5-14.
- Rosales, W. (19 de febrero de 2013). *Análisis de la Empresa y su Entorno*. Recuperado el 30 de octubre de 2015, de Macro y Microambiente: <http://werobe01.blogspot.com/2013/02/macro-y-microambiente.html>
- Ruiz, G. (01 de marzo de 2015). Definición de mercado relevante y políticas de competencia. *THĒMIS-Revista de Derecho*, 297-310.
- Santiago Zorrilla y Miguel Torres. (1993). *Guía para elaborar la tesis*. Mexico D.F.: McGRAW-HILL INTERAMERICANA.
- Saura, P. J. (2010). *Turismo activo y medio ambiente: una implicación necesaria. Aspectos jurídicos*. Murcia: Servicio de Publicaciones.

- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES. (21 de febrero de 2014). *Ficha de Cifras Generales*. Recuperado el 14 de noviembre de 2015, de Ficha de Cifras Generales: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1108_MACARA_LOJA.pdf
- Secretaría Nacional de la Administración Pública. (2015). *Trámites Ciudadanos*. Recuperado el 27 de noviembre de 2015, de Trámites Ciudadanos: <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/institucion.php?cd=12>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades. (2013). *Agenda Zonal 7 (2013-2017)*. Recuperado el 22 de noviembre de 2015, de Agenda Zonal 7 (2013-2017): <http://es.scribd.com/doc/191988715/Agenda-Zonal-7-2013#scribd>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Recuperado el 22 de noviembre de 2015, de Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017: <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
- Secretaría Técnica de Cooperación Internacional de Ecuador, Agencia Peruana de Cooperación Internacional. (14 de noviembre de 2013). *Embajada de Perú*. Recuperado el 22 de noviembre de 2015, de Embajada de Perú: <http://www.embajadadelperu.org.ec/sitio/images/descargas/42/Acuerdo%20Cooperaci%C3%B3n%20APCI%20-%20SETECI.pdf>
- Sergio González, C. O. (2008). *Hacia un nuevo pensamiento integracionista latinoamericano: aproximación a una lectura de segundo orden*. Santiago: Universidad de Los Lagos Centro de Investigaciones Sociedad y Políticas Públicas-CISPO.
- Serrano-Barquín, R. D. (2008). *Hacia un modelo teórico-metodológico para el análisis del desarrollo, la sostenibilidad y el turismo. Economía, sociedad y territorio*. Mexico: El Colegio Mexiquense AC.
- Servicio de Rentas Internas del Ecuador - SRI. (2015). *SRI*. Recuperado el 23 de noviembre de 2015, de SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- Sornoza, F. (2015). *Fundación de Conservación Jocotoco*. Recuperado el 24 de noviembre de 2015, de Fundación de Conservación Jocotoco: <http://fjocotoco.org/gallery-jorupe/?lang=es>
- Stanton William, E. M. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Barcelona.
- Torruco y Ramírez. (1987). *Servicios Turísticos*. Mexico D.F.: Diana.

- Tourism & Leisure Advisory Services . (26 de septiembre de 2007). *PLANDETUR 2020*. Recuperado el 21 de noviembre de 2015, de Sistema de Información Estratégica para el Turismo del Ecuador (SIETE): <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Tourism & Leisure Advisory Services . (2009). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador - PIMTE 2014*. Recuperado el 22 de noviembre de 2015, de Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador - PIMTE 2014: http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf
- Universidad Autonoma de México. (1998). *Universidad Autonoma de México*. Recuperado el 04 de noviembre de 2015, de Universidad Autonoma de México: <http://info4.juridicas.unam.mx/unijus/obr/3/1.htm>
- Valero, L. (2013). *Fundamentos de Demografía*. Recuperado el 04 de noviembre de 2015, de Fundamentos de Demografía: http://ocw.usal.es/ciencias-biosanitarias/epidemiologia-general-y-demografia-sanitaria/contenidos/01%20PROGRAMA%20TEORICO/00%20DEMOGRAFIA%20Temas%201_3%20en%20PDF/01%20Temas%201_3%20Fundamentos%20de%20Demografia.pdf
- Vidal de la Blache . (2008). *Definiendo la Geografía*. Recuperado el 04 de noviembre de 2015, de Definiendo la Geografía: <http://ocw.unican.es/humanidades/teoria-y-metodos-de-la-geografia.-evolucion-del/material-de-clase-1/archivos-modulo-1/definiendo-la-geografia>
- Villavicencio, J. (septiembre de 17 de 2009). *Lojanos.com*. Recuperado el 24 de noviembre de 2015, de Lojanos.com: http://www.lojanos.com/Joomlalojanos/index.php?option=com_content&view=article&id=56&Itemid=62

Anexos