



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO

TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
TURISMO

ESTADÍSTICAS DE TURISMO DE ATUNTAQUI Y
ANDRADE MARÍN EN LA PROVINCIA DE IMBABURA
– ECUADOR: INDICADORES Y METODOLOGÍA DE
APLICACIÓN

AUTOR: ANDRADE PALACIOS ESTEBAN WLADIMIR
DIRECTOR: YOARNELYS VASALLO VILLALONGA MSc.

IBARRA

2018

RESUMEN EJECUTIVO

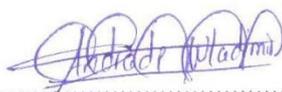
La actividad turística en el Ecuador representa una importante fuente generadora de ingresos económicos donde muchos son beneficiarios al ofertar productos y servicios. La oferta gira en torno a la demanda, que cada vez crece y tiene nuevos requerimientos, las estadísticas proporcionan información fiable, coherente y adecuada sobre diferentes elementos socioeconómicos relacionados con el turismo a nivel territorial, además, se ha tomado en cuenta indicadores relacionados con el objeto de estudio; por lo tanto, disponer de estadísticas de turismo es esencial para dar un seguimiento a la información para determinar las futuras tendencias de este fenómeno y facilitar una acertada toma de decisiones. El presente trabajo de investigación denominado: Estadísticas de turismo de Atuntaqui y Andrade Marín en la provincia de Imbabura-Ecuador: indicadores y metodología de aplicación; gira en torno a establecer indicadores turísticos mediante una metodología de registro de información estadística de oferta y demanda turística en las parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín; además, conocer la disponibilidad de datos estadísticos de la oferta y demanda turística en estos lugares, los requerimientos de información estadística pueden facilitar la toma de decisiones en la gestión del turismo; por otro lado, se pretende determinar la metodología idónea para la gestión de registro de datos turísticos desde la administración pública. Esta investigación es mixta, ya que se ha desarrollado un estudio cualitativo y cuantitativo de la información obtenida. Se ha realizado una revisión en fuentes bibliográficas para comprender la temática. La metodología utilizada es el método analítico-sintético; se han aplicado fichas de información, guías de entrevistas a las autoridades pertinentes a la temática tratada. Como resultado de la investigación se ha propuesto diseñar el sistema de gestión y tratamiento de información de datos turísticos aplicado desde la administración pública.

SUMMARY

The tourist activity in Ecuador represents an important source of income generation where many are beneficiaries when offering products and services. The offer revolves around the demand, which is growing and has new requirements, statistics provide reliable, coherent and adequate information on different socio-economic elements related to tourism at the territorial level, in addition, it has taken into account indicators related to the object of study; therefore, having tourism statistics is essential to follow up on the information to determine future trends in this phenomenon and facilitate sound decision-making. The present research work called: Tourism statistics of Atuntaqui and Andrade Marín in the province of Imbabura-Ecuador: indicators and application methodology; it revolves around establishing tourism indicators through a methodology for registering statistical information on tourism supply and demand in the parishes of Atuntaqui and Andrade Marín; In addition, to know the availability of statistical data on tourism supply and demand in these places, the requirements of statistical information can facilitate decision making in tourism management; On the other hand, it is intended to determine the ideal methodology for the management of tourist data registration from the public administration. This research is mixed, since a qualitative and quantitative study of the information obtained has been developed. A review has been made in bibliographic sources to understand the subject. The methodology used is the analytical-synthetic method; information cards, interview guides to the authorities pertinent to the subject matter have been applied. As a result of the research, it has been proposed to design the management and information processing system for tourist data applied by the public administration.

AUTORIA

Yo, ANDRADE PALACIOS ESTEBAN WLADIMIR, portador de la cedula de identidad N° 100340035-3 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoria "ESTADÍSTICAS DE TURISMO DE ATUNTAQUI Y ANDRADE MARÍN EN LA PROVINCIA DE IMBABURA – ECUADOR: INDICADORES Y METODOLOGÍA DE APLICACIÓN", y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que ha respetado las diferentes fuentes de información.



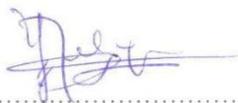
ESTEBAN WLADIMIR ANDRADE PALACIOS

C.I. 1003400353

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de directora del Trabajo de grado, presentado por el egresado Esteban Wladimir Andrade Palacios, para optar por el título en Ingeniería en Turismo, cuyo tema es **“ESTADÍSTICAS DE TURISMO DE ATUNTAQUI Y ANDRADE MARÍN EN LA PROVINCIA DE IMBABURA – ECUADOR: INDICADORES Y METODOLOGÍA DE APLICACIÓN”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 18 días del mes de abril del 2018.



Ing. Yoarnelys Vasallo Villalonga MSc.

CI: 1754211587

DIRECTORA DE TESIS

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE
LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Esteban Wladimir Andrade Palacios portador de la cédula de ciudadanía 100340035-3, decidí con voluntad de ceder a la Universidad técnica del norte, los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículo 4, 5 y 6 en calidad de autor de trabajo de grado denominado: **"ESTADÍSTICAS DE TURISMO DE ATUNTAQUI Y ANDRADE MARÍN EN LA PROVINCIA DE IMBABURA – ECUADOR: INDICADORES Y METODOLOGÍA DE APLICACIÓN"**, que ha sido desarrollado para la obtención por el título de Ingeniero en Turismo en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En condición de Autor me reservo los derechos morales de la obra antes citados. En concordancia suscribo este documento en el momento que haga la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

AUTOR:



Esteban Wladimir Andrade Palacios

C.I. 1003400353

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECÓNICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTOS	
CÉDULA DE IDENTIDAD	1003400353
APELLIDOS Y NOMBRES:	ANDRADE PALACIOS ESTEBAN WLADIMIR
DIRECCIÓN	Cdla. "Juan Manuel Maya"
EMAIL:	eapldu@outlook.com
TELÉFONO	062 908368 TELÉFONO MOVIL 0999329208
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	“ESTADÍSTICAS DE TURISMO DE ATUNTAQUI Y ANDRADE MARÍN EN LA PROVINCIA DE IMBABURA – ECUADOR: INDICADORES Y METODOLOGÍA DE APLICACIÓN”
AUTOR	ANDRADE PALACIOS ESTEBAN WLADIMIR
FECHA	
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSTGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA	INGENIERÍA EN TURISMO
ASESOR/DIREC	Ing. Yoarnelys Vasallo Villalonga MSc.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

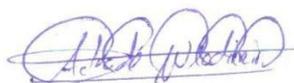
Yo Esteban Wladimir Andrade Palacios, portador de la cédula de ciudadanía 100340035-3 en calidad de autor titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega de este ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo Digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos para ampliar la disponibilidad de material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Art.144.

3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en Caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, 16 de mayo de 2018

EL AUTOR



.....
Esteban Wladimir Andrade Palacios

C.I. 1003400353

Facultado por resolución de concejo universitario

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo principalmente a Dios, por haberme permitido culminar esta meta; a mis padres, Julio César y Fabiola por ser un pilar fundamental en la consecución de este premio a la constancia y dedicación; a mi hijo Esteban Joaquín y mi esposa Andrea quienes son mi apoyo, fortaleza y sostén en los momentos difíciles de mi vida; a mi hermano Julio César quien ha sido un ejemplo a seguir, además de ser mi mejor amigo y compañero de vida, que siempre me ha brindado un apoyo incondicional en todas las etapas de mi vida; a todos quienes de una u otra manera me han ayudado a alcanzar mis metas y objetivos, en especial esta que con arduo trabajo la he conseguido.

Wladimir Andrade P.

AGRADECIMIENTO

La gratitud es el sentimiento más noble de los seres humanos, es por eso que al culminar este trabajo el cual es tan importante en mi vida, quiero expresar el más sincero agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte la cual fue mi segundo hogar, que por intermedio de sus docentes me brindo muchos conocimientos logrando así ser una persona preparada y desarrollada como verdadera profesional.

Un agradecimiento especial a mi Director de Trabajo de Grado Ing. Julio César Andrade MSc, quién supo orientarme de la mejor manera y facilitarme sus conocimientos, lo que ha hecho posible la culminación exitosa de mi investigación.

Este trabajo es el reflejo de la contribución y el apoyo diario de mis padres, docentes, familiares y amigos que han estado brindándome su apoyo incondicional en este camino universitario.

Wladimir Andrade P.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
SUMMARY.....	iii
AUTORIA	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
CÉSIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	vii
DEDICATORIA.....	.x
AGRADECIMIENTO	xi

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Contextualización del problema de investigación	1
1.1.1 Antecedentes del problema.....	1
1.1.2 Planteamiento del problema	2
1.1.3 Objeto de estudio	3
1.1.4 Formulación del problema.....	3
1.2 Descripción del área de estudio	3
1.3 Justificación	4
1.4 Objetivos	5
1.4.1 Objetivo general	5
1.4.2 Objetivos específicos.....	5

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	6
2.1. Turismo	6
2.2. Mercado turístico.....	8

2.3. Información.....	9
2.4. Bases de datos	12
2.5. Metodología de las estadísticas.....	14
2.6 Sistema de estadísticas de turismo.....	16
2.6.1 Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo.....	17
2.7 Indicadores de turismo.....	18
2.8 Tipos de indicadores de turismo.....	20
2.8.1 Sistema de indicadores económicos	20
2.8.2 Sistema de indicadores socioculturales	21
2.8.3 Sistema de indicadores medioambientales	22
CAPÍTULO III	
3 METODOLOGÍA.....	24
3.1. Procedimiento de recopilación de datos.....	24
3.2. Tipo de investigación	25
3.3. Métodos de investigación.....	26
3.3.1. Método Analítico-Sintético	26
CAPÍTULO VI	
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	27
4.1. Entrevista dirigida al Ing. Mauricio Ayala, Director de Turismo, deportes y cultura.....	27
4.2 Fichas de indicadores turísticos.....	30
CAPÍTULO V	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	42
5.1 Conclusiones.....	42
5.2. Recomendaciones	43
Bibliografía	44

Anexos	47
Anexo 1. – Árbol de problemas	47
Anexo 2. – Entrevista	48
Anexo 3. - Validación de instrumentos	49

ÍNDICE DE TABLAS

Ficha de indicador turístico del consumo turístico receptor	31
Ficha de indicador turístico del consumo turístico emisor	32
Ficha de indicador turístico de balanza turística.....	33
Ficha de indicador turístico de grado de apertura turística.....	34
Ficha de indicador turístico de motivos de viaje y valor social del tiempo de viaje.....	35
Ficha de indicador turístico de empleo	36
Ficha de indicador turístico de demanda turística	37
Ficha de indicador turístico de características de la visita.....	38
Ficha de indicador turístico de oferta	39
Boletín de turismo de Panamá	40
Caracterización del turismo receptor en el DMQ.....	41

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Contextualización del problema de investigación.

1.1.1 Antecedentes del problema

El turismo se ha convertido en una importante fuente de ingresos económicos para el país, el Ministerio de turismo (MINTUR), como ente regulador de todas las actividades turísticas entre los servicios que oferta en línea se encuentra el denominado turismo en cifras, mismo que contiene datos sobre flujos de ingresos y salidas de turistas. En enero del año 2018, existen 197.219 llegadas de turistas al Ecuador, con un 30% de crecimiento respecto al mismo periodo del año 2017. Además, la cuenta satélite turismo de Ecuador ha permitido calcular indicadores económicos del turismo. De esta manera según el MINTUR, 2014, la contribución directa del turismo al PIB ha sido de 1,96% en el año 2014, generando además empleos con un 46,25%.

La importancia de la actividad turística ha llevado al desarrollo de un Sistema de Estadísticas de turismo como fuente esencial de información para los gestores económicos y políticos del sector encargados de administrar, ordenar y legislar dicha actividad. La información estadística sobre el desarrollo del turismo es esencial para avanzar en el conocimiento de este sector.

En el país este sistema estadístico se maneja a nivel nacional, muchas veces con cifras no actualizadas, a nivel provincial y cantonal se dispone de bases de datos deficientes en su mayoría que no proporcionan la información necesaria para el desarrollo de investigaciones. Este es el caso del cantón Antonio Ante, localizado a 12 Km. al sur oeste de Ibarra, es el cantón más pequeño de la provincia de Imbabura, reconocido como el centro industrial de la moda ya que ofrece una variada producción de tejidos. La oferta turística de Antonio Ante es muy amplia; iniciando por la fábrica Imbabura, además atractivos naturales y culturales

1.1.2 Planteamiento del Problema

Se puede identificar que la problemática es la limitada información estadística de la oferta y demanda turística en las parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín del cantón Antonio Ante que permita tomar decisiones adecuadas para la gestión de la actividad turística; entre las causas que derivan este problema se encuentran: la no existencia de una base de datos con información sobre atractivos, registros de ventas y flujos de turistas generado por la falta de proyectos o iniciativas para implementar una base de datos adecuada en el cantón. De esta manera la insuficiente información no permite conocer la situación actual del turismo para la toma de decisiones por parte de los gobiernos locales e inclusive la implementación de estrategias para potencializar el turismo local.

Por otro lado, las entidades públicas priorizan la gestión industrial, dejando a un lado lo relacionado al sector turístico; a esto se añade la falta de profesionales con conocimientos técnicos en los sectores públicos en el área turística y la inadecuada organización de las personas que trabajan en esta área; provocando un desconocimiento sobre atractivos turísticos que existen en el cantón por parte de turistas locales nacionales y extranjeros.

Además, la baja coordinación de esfuerzos entre la entidad pública y la academia para la generación de información estadística han sido causados por la inexistencia de convenios que ayuden a fomentar el turismo, el desinterés por parte de la población en establecerse y vincularse con los estamentos públicos y la academia para potenciar la actividad turística. Todos estos factores han generado limitadas propuestas técnicas para la ejecución de proyectos turísticos.

Cada una de estas causas y efectos derivados del problema han generado un limitado desarrollo de la actividad turística en estas parroquias, ya que esta se ha manejado de manera empírica, priorizando otros sectores generadores de ingresos económicos.

1.1.3 Objeto de estudio

Información estadística de oferta y demanda turística en las parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín.

1.1.4 Formulación del problema

Limitada información estadística de oferta y demanda turística en las parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín

1.2 Descripción del área de estudio

El cantón Antonio Ante está ubicado al noroeste de la provincia de Imbabura a 9 km al sur de la ciudad de Ibarra; el cantón posee una extensión de 79.26 km², que corresponde al 4% del total de la Provincia; su cabecera cantonal y ciudad más grande es Ibarra. Sus límites son: al Norte con el cantón San Miguel de Urcoquí de la provincia de Imbabura, al Sur con los cantones Otavalo e Ibarra; al Este la parroquia rural de San Antonio de Ibarra; y al Oeste con el cantón de Santa Ana de Cotacachi.

El cantón Antonio Ante tiene cinco parroquias, dos urbanas, Atuntaqui y Andrade Marín y tres rurales que son: San Francisco de Natabuela, San José de Chaltura y San Roque. La altitud promedio del cantón va entre los 1920 hasta los 2.402 msnm. Su clima oscila entre los 14 °C y 18 °C. Existen atractivos culturales como: la Fábrica Imbabura, Feria textil de carnaval, Fiesta de los Inocentes y de Fin de Año, reconocidas como patrimonios culturales, además el ferrocarril. Todos estos han permitido posicionarle al cantón en el Ecuador.

Andrade Marín parroquia urbana ubicada hacia el este de Atuntaqui; de singular importancia por su valor histórico ya que aquí se ubica la “Ex – Fábrica Textil Imbabura” – 1922 (Único Patrimonio Cultural Industrial del Ecuador-2001) factoría que fue la base del actual desarrollo textil y cultural de la ciudad. Por otro lado, Atuntaqui es una ciudad de 21286 habitantes ubicada en la provincia de Imbabura, el centro textil del país.

1.3 Justificación

Disponer de datos estadísticos en todos los sectores económicos es de vital importancia, en el ámbito turístico sirven para evaluar la tendencia futura de este fenómeno, así de una u otra manera esta información puede revelar elementos importantes que permitan determinar la situación real y evolución de las actividades turísticas internas para facilitar la toma de decisiones para mejorar o fortalecer debilidades y potencializar los atractivos naturales y culturales de un área; además, poder intervenir de manera correctiva para afrontar los problemas que vayan apareciendo.

El desarrollo de la investigación es importante ya que permite identificar indicadores y metodología adecuada para obtener información relevante sobre datos estadísticos de oferta y demanda turística existentes en el cantón Antonio Ante. De esta manera, reconociendo la importancia del turismo como herramienta desarrollo económico y social, la investigación pretende establecer una metodología adecuada para registrar los movimientos turísticos en las parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín que sirva como herramienta para la toma de decisiones adecuadas por parte de los gobiernos locales y estos a su vez puedan generar proyectos involucrando al sector privado para impulsar emprendimientos.

Por otro lado, se pretende identificar información estadística que faciliten la toma de decisiones en la gestión del turismo en las parroquias mencionadas anteriormente. Es de vital importancia considerar la metodología adecuada para registrar datos estadísticos de oferta y demanda turística como una guía de referencia para la medición y análisis del sector turístico, por tal motivo se pretende diseñar el sistema de gestión y tratamiento de información de datos turísticos aplicado desde la administración pública. De esta manera esta investigación contribuirá al mejoramiento de la gestión turística en estas parroquias con el análisis de indicadores y de metodología

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

- Establecer indicadores turísticos mediante una metodología de registro de información estadística de oferta y demanda turística en las parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín.

1.4.2 Objetivos específicos

- Establecer la disponibilidad de datos estadísticos de la oferta y demanda turística de las parroquias Atuntaqui y Andrade Marín.
- Identificar los requerimientos de información estadística que faciliten la toma de decisiones en la gestión del turismo de Atuntaqui y Andrade Marín.
- Determinar la metodología idónea para la gestión de registro de datos turísticos desde la administración pública.
- Diseñar el sistema de indicadores turísticos que sean una herramienta para disponer de información de datos turísticos que sea aplicado desde la administración pública.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Turismo

Según Mendoza (2014), turismo es una actividad humana que conlleva el deseo de satisfacer diversas motivaciones del turista, las cuales son variadas y sobre todo de carácter personal.

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas fundamentalmente con motivos de recreación, descanso, cultura o salud, que se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (Cardona, Azpelicueta y Serra, 2015).

El turismo es una actividad que consiste en el desplazamiento de personas a otros sitios fuera de su entorno habitual con varias motivaciones, este fenómeno trae consigo el efecto multiplicador en el que se benefician varios sectores y además permite el reconocimiento de atractivos naturales y manifestaciones culturales a nivel internacional.

Por otro lado, según la Ley de turismo, 2008, se considera actividad turística a todos los servicios ofrecidos como: alojamiento, servicio de A&B y transporte.

La organización Mundial del Turismo reconoce y utiliza las siguientes clasificaciones:

- Turismo interno: es el turismo de los visitantes residentes, en el territorio económico del país de referencia.
- Turismo receptor: es el turismo de los visitantes no residentes, en el territorio económico del país de referencia.
- Turismo emisor: es el turismo de los visitantes residentes, fuera del territorio económico del país de referencia;
- Turismo interior: es el turismo de los visitantes, tanto residentes como no residentes, en el

territorio económico del país de referencia;

- Turismo nacional: es el turismo de los visitantes residentes, dentro y fuera del territorio económico del país de referencia

Es vital establecer terminología adecuada para el desarrollo de la investigación. Existen involucrados en esta industria; mismos que actúan en el mercado turístico y permiten que la actividad turística crezca de manera acelerada a nivel local, nacional e internacionalmente.

Es importante reconocer a todos los involucrados en la actividad turística, como por ejemplo el turista que se dice, es toda persona sin distinción de raza, sexo, idioma o religión, que entra en el territorio de un estado distinto de aquel en que dicha persona tiene su residencia habitual y permanezca en él veinticuatro horas al menos y no más de seis meses, con fines de turismo, sin propósito de inmigración. (Organización Mundial del Turismo OMT, 1994).

Según Olmos & García R. (2016) turista es el visitante que está al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país que pernocta.

El turista se ha convertido en la base de esta industria, día a día los ofertantes de productos y servicios deben mejorar para cumplir con las expectativas de sus clientes y ofrecerles la mejor experiencia en su estancia.

Así mismo se puede definir al espacio turístico como la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos y la planta turística en determinada zona. (Bermúdez & Chaves, 2014).

Para la actividad turística los atractivos turísticos que son los elementos naturales, técnicos o culturales que por sus características se convierten en puntos o instrumentos de visitación o atracción turística.

Comprende los sitios tanto naturales como los factores de vida y actividad humana que existe en determinado lugar o región, los cuales conforman el principal motivo para que el turista los visite.

2.2. Mercado turístico

Es donde fluyen la oferta y la demanda de productos y servicios turísticos. Un mercado turístico está compuesto de compradores y vendedores. (Enciclopedia Culturalia, 2013)

El mercado turístico se considera el segmento de las operaciones económicas. Aquí se contemplan las operaciones de compra- venta de los servicios, bienes o productos turísticos. (Guerrero & Ramos, 2014)

La existencia de un mercado turístico facilita el intercambio de bienes y servicios, donde se oferta productos y servicios diversos para que el cliente seleccione lo que necesita y desea.

La oferta y la demanda

Desde el punto de vista de la demanda, los destinos turísticos son lugares que atraen visitantes a estadias temporarias en continentes, países, estados, ciudades, pueblos, resorts y hasta lugares deshabitados (Pike, 2008).

Saraniemi & Kylanen (2011), señalan que un destino es visto como un conjunto de instituciones y actores localizados en un espacio físico o virtual donde las transacciones relacionadas con el marketing y las actividades desafían la tradicional dicotomía de producción-consumo.

Por otro lado, según (Guerrero & Ramos, 2014) el destino turístico se encuentra englobado en la perspectiva del consumo, siendo el sitio donde se concentran la infraestructura y la estructura turística, que satisfaga las necesidades de los visitantes que llegan a dichos lugares.

Un destino turístico es un sitio que reúne varios elementos y características que llaman la atención del turista que lo visita, de esta manera saber gestionar y potencializar el mismo que permita un desarrollo adecuado de esta actividad. Se convierte en un espacio que posee todo lo necesario para el disfrute de las personas que lo visitan.

Goeldener & Ritchie (2012), mencionan que la infraestructura turística es uno de los elementos más básicos de la construcción es la infraestructura de la región.

Otro elemento que resulta importante en un destino es la infraestructura turística que dice que es todo aquel servicio gubernamental y privado que ayuda al desarrollo de la actividad turística de un país. (Bermúdez & Rodríguez, 2014)

Brindar las facilidades turísticas a los clientes se convierte en un eje importante para la fidelización de este, claramente cumpliendo con ciertos estándares en los cuales el prestador de servicios satisfaga las necesidades y expectativas. Es así como la oferta y demanda se interrelacionan y son un factor clave en el desarrollo de un destino.

La oferta turística se basa en unos recursos potenciales que posee un núcleo turístico para atraer y motivar a los turistas (Enciclopedia Culturalia, 2013)

Por otro lado, Olmos & García (2016) señala que la oferta turística es el conjunto de servicios presentados en el mercado turístico en un momento determinado.

La oferta turística es el conjunto de bienes, productos y servicios, estos se encuentran a disposición de los clientes para que puedan usarlos o consumirlos.

Demanda turística es el conjunto de consumidores que se desplazan y consumen servicios y /o productos turísticos. (Olmos & García, 2016)

La demanda turística es el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. (OMT, 2016).

2.3. Información

Se muestra a la información como un elemento clave, relevante y fundamental considerándose en sí mismo, como un sistema abierto de comunicación real y congruente con elementos básicos como entradas o almacenamiento, medio o procesamiento, salidas y retroalimentación, que son la base para dinamizar la actividad turística en toda su extensión. (Guerrero & Ramos, 2014)

La información por procesos, se considera como punto principal, el proporcionar una información veraz transmitiéndolo al público determinando contenidos e indicaciones sobre los recursos y sobre el destino, (Molina, 2015)

La información es un elemento fundamental para el desarrollo de investigaciones, la toma correcta de decisiones para cambiar la situación actual de un hecho, en el ámbito turístico contar con información real y fiable.

La mayoría de las organizaciones, de entidades públicas y privadas se enfrentan a una realidad en la que existe mucha información, pero algunos contenidos no tienen un nivel alto de confiabilidad, las personas generalmente disponen de esta pero no tienen tiempo para realizar un proceso analítico y sintético sobre todo relacionado con la temática investigada de bases de datos; todos estos aspectos generan que la calidad de la información no sea la adecuada.

El desarrollo de las nuevas tecnologías ha generado que la información sea más amplia cada día. Todos pueden publicar lo que consideren adecuado sin muchas restricciones, el hecho fundamental radica que todos tienen acceso a esta y la difusión muchas veces de datos, de información falsa genera varios problemas e incluso para el desarrollo de una investigación. Tener una actitud más selectiva respecto a esta temática es fundamental, tener en claro que la calidad de información es mejor que la cantidad para la toma correcta de decisiones. En el área turística tener un contenido verídico acerca de datos, de flujos turísticos y que esta información se encuentre actualizada es lo que se desea. Estadística es el arte de aprender a partir de los datos, su descripción y análisis (Sheldon, 2007)

La estadística nos ayuda a reunir, organizar, analizar e interpretar datos para ayudar a tomar mejores decisiones (Mason & Douglas, 2010).

Según Bustamante & Luna (2012) estadística es el proceso de recolectar, agrupar y presentar datos. Las estadísticas son un conjunto de métodos científicos ligados a la toma, organización,

recopilación, presentación y análisis de datos, tanto para la deducción de conclusiones como para tomar decisiones razonables de acuerdo con tales análisis. (Ciro, 2016)

La estadística en diversos campos es fundamental ya que consiste en la recopilación e interpretación de datos, permite un análisis para poder entender la relación existente entre dos variables.

Es de gran importancia el conocimiento de estadísticas en diferentes circunstancias ya que mediante la aplicación de estas se puede tomar decisiones razonables y coherentes que permitan la correcta ejecución de la recopilación de datos determinando variables aleatorias que conlleven a la finalización de conclusiones certeras.

Las estadísticas han permitido ponderar adecuadamente a la actividad turística, obteniendo una idea más clara sobre su importancia, en particular mediante la definición de indicadores que permiten monitorear y cuantificar su evolución. Las estadísticas posibilitan dar un cuadro realista de la importancia del turismo en las economías a nivel mundial y sus perspectivas de crecimiento.

Estos aspectos han permitido el desarrollo de indicadores y metodologías para la creación de cuentas a nivel nacional e internacional. Las estadísticas pueden aportar al conocimiento de las condiciones necesarias para que se desarrolle el turismo como fenómeno relevante en una región o territorio.

Las estadísticas pueden ser utilizadas de forma correcta mediante diversas actividades para obtener una idea más puntual de la interpretación que se quiere alcanzar; mediante el análisis y el resumen de cierta información se busca que los datos sean explicables para que se comprenda y sean utilizados de modo eficaz.

Según las recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo Las Naciones Unidas (2010) mencionan que las estadísticas de turismo son necesarias para elaborar estrategias de mercadotecnia, fortalecer las relaciones interinstitucionales, evaluar la eficacia y

eficiencia de las decisiones administrativas, y medir el turismo en la economía nacional.

Según la Organización Mundial de Turismo (2017) las estadísticas oficiales constituyen un elemento indispensable en el sistema de información de una sociedad democrática y proporcionan al gobierno, a la economía y al público datos acerca de la situación económica, demográfica, social y ambiental.

Las estadísticas presentan un rol de gran importancia ante la sociedad ya que son un eje fundamental de acuerdo con la necesidad humana de explicar y analizar el entorno por lo tanto se aplica de manera amplia en diferentes actividades con la finalidad de buscar una decisión efectiva a la problemática y esto se logra mediante la aplicación del proceso de búsqueda, organización, presentación e interpretación de cierta información.

Al ser el turismo una actividad económica de carácter social, se le vincula con el desarrollo de estadísticas que promuevan el desarrollo de actividades que permite describir, analizar, predecir y modelizar la realidad la cual puede estar motivado por visitar un lugar o algún destino turístico o atractivo.

2.4. Bases de datos

Una base de datos es la representación de una colección de datos estructurada que describe las actividades de una organización. (Rodríguez, 2013)

Según Ibiñez (2014) El sistema de gestión de la base de datos (SGBD) es una “aplicación que permite a los usuarios definir, crear y mantener la base de datos, y proporciona acceso controlado a la misma. Es una herramienta que sirve de interfaz entre el usuario y las bases de datos”. (p.27)

Entre los componentes que debe tener una base de datos según este autor se encuentran:

- Nombre, tipo y tamaño de los datos.
- Relaciones entre los datos.
- Restricciones de integridad sobre los datos.

- Usuarios autorizados a acceder a los objetos de base de datos.
- Estadísticas de utilización, tales como la frecuencia de las transacciones y el número de accesos realizados a los objetos de la base de datos.

Benítez & Arias (2017) señalan que las bases de datos son colección de datos que se relacionan para dar un sentido a un estudio.

Por otro lado, un sistema de gestión de bases de datos es un software específicamente diseñado y desarrollado para asistir en la creación, la manipulación y el mantenimiento de las bases de datos. (Rodríguez, 2013, p.9)

El tener una base de datos facilita el conocimiento de flujos turísticos, además de identificar varios aspectos relacionados con este sector terciario para potencializar de mejor manera lo que posee un sitio; la interrelación de todos estos elementos facilita la toma de decisiones. Esta representación incluye entidades del mundo real y sus interrelaciones y tiene que permitir diversas utilidades. Un sistema de gestión de bases de datos.

Por otro lado, existen algunos modelos para construir una base de datos adecuada (Benítez & Arias, 2017)

- Flat File: archivos que almacenan información.
- Relacional: organiza los datos en tablas y establece la relación entre estas.
- Orientado a objetos: organiza los datos en clases y objetos.
- Jerárquico: modelo que organiza los datos en forma de árbol.
- Red: los datos son organizados en tablas, conectados por referencias.
- Dimensional: integra todos los datos.

Según Piñeiro (2014) los modelos de bases de datos son los siguientes:

- Conceptuales: permiten crear una base de datos
- Datos lógicos: esquema lógico que representa la estructura de la base de datos.
- Jerárquico: estructura a través de un árbol.

- Red: usa una estructura no lineal.
- Relacional: tablas para la representación lógica de los datos y sus relaciones.

Estos modelos señalados por los dos autores tienen mucha relación; el modelo relacional es el que puede ser aplicable en esta investigación, ya que no se requiere disponer de conocimientos amplios en el área de programación, por el contrario, se puede acceder a datos existentes y organizarles para su posterior análisis e interpretación donde cada una de las variables se relacionan.

La importancia de las bases de datos radica en que permite almacenar y también analizar diferente información; en el área turística disponer de estos contenidos facilita el desarrollo de las gestiones en las administraciones, generalmente el monitoreo de estas bases es vital para su funcionamiento; controlar la consistencia, la veracidad de los datos y la seguridad es lo que debe hacerse de manera ocurrente.

2.5. Metodología de las estadísticas

La metodología comunitaria de estadísticas de turismo alude a la dificultad que en algunos casos entraña clasificar determinados tipos de alojamiento como colectivos o privados. En concreto, se establece un doble criterio de clasificación; el desarrollo de una actividad económica de carácter comercial y la capacidad de los establecimientos. (Merino, 2014, pág. 5)

El Sistema Nacional de Estadísticas (SNE) de un país comprende una serie de funciones estadísticas, que corresponden en cada caso a entidades que llevan a cabo observaciones estadísticas sobre algunos campos que pertenecen a su vez a un universo más amplio de fenómenos socioeconómicos.

El objetivo general de un SNE es proporcionar a los usuarios datos estadísticos fiables, coherentes y apropiados relativos a las principales variables socioeconómicas del país (OMT, 2017)

Por razón de su objetivo y de su contenido, los SNE deben, por lo tanto, armonizar la información estadística a escala nacional (o federal, cuando proceda), infra nacional e internacional, mediante procedimientos apropiados de coordinación e integración, para lo cual se requiere la existencia de una unidad central. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2017)

Los Sistemas Nacionales de Estadísticas (SNE) deben proporcionar tanto estadísticas como indicadores bien estructurados; todos contenidos existentes en estos sistemas deben contar con información eficaz y necesaria. Ya que el problema en la mayoría de las veces con este elemento es tener bases desactualizadas que impiden el desarrollo de investigaciones o de la misma gestión; por lo cual es necesario considerar que al momento de recopilar datos e información sean verídicos además permitan la fácil comprensión de este, con la finalidad de que se puedan comparar ciertos datos con otros países.

La armonización de la actividad de control permite garantizar que un determinado proceso estadístico cumpla el propósito que se le asigne dentro del SNE; es importante señalar que debe existir una correlación entre los diferentes programas estadísticos.

La integración de esta información en la cual se tome en cuenta elementos como (conceptos, definiciones, clasificaciones, datos e indicadores, recomendaciones nacionales e internacionales, etc.), es vital, por una parte, y sistemas de información estadística integrados (sistemas de cuentas nacionales y sistemas de estadísticas sociodemográficas basados en normas internacionales o nacionales), por el otro.

Hay una relación recíproca entre los sistemas de información estadística integrados y las estadísticas básicas: los primeros determinan las estadísticas básicas necesarias para su diseño y compilación y, por otra parte, las segundas deben compilarse utilizando conceptos, definiciones y clasificaciones que forman parte de los marcos de referencia, tanto de los conceptos como de los cuadros de resultados. Por consiguiente, los sistemas integrados se

convierten en el centro de gravedad del trabajo estadístico en todas las áreas.

2.6 Sistema de estadísticas de turismo

El Sistema de Estadísticas de Turismo (SET) debería entenderse como la parte del SNE que proporciona información estadística fiable, coherente y apropiada sobre los aspectos socioeconómicos relacionados con el turismo, integrada dentro de todas las estadísticas económicas y sociales relacionadas con otros campos, a distintos niveles territoriales.

Por lo tanto, es necesario tener conocimiento que el SNE es quien facilita la información sobre estadísticas las cuales deben ser coherentes y relacionadas de forma económica sociocultural y ambientales con respecto al turismo.

El diseño de un SET debería verse como el marco de coordinación e integración básico de la información estadística producida por todos los agentes del turismo. Los conceptos, las definiciones, las clasificaciones, los datos, los indicadores, los agregados y el cuadro de resultados relativos al turismo, diseñados para proporcionar una descripción exhaustiva del fenómeno turístico en todos sus aspectos (físicos, sociales, económicos, etc.) y una medición de su contribución económica en un contexto de comparabilidad internacional son parte estructural del SNE.

En cuanto al aspecto socioeconómico, el SET puede definirse como un conjunto de componentes, integrado por las propias fuentes de estadísticas y los correspondientes datos obtenidos (es decir, estadísticas extraídas de censos, encuestas por muestreo, recopilación de datos de registros administrativos, una actividad estadística derivada –en la que los datos se estiman, modelan o derivan de otra forma de fuentes de datos estadísticos, etc.)

El SET comprende, en particular, los aspectos técnicos de la operación sobre el terreno, la creación de infraestructura estadística, la elaboración de los resultados, y la finalización del trabajo que conduce a la integración de los datos en un sistema de información.

La preparación de un SET se vincula estrechamente con la implantación de una cuenta satélite de turismo (CST). De hecho, la CST ofrece el marco conceptual y la estructura organizativa para la integración de la mayor parte de las estadísticas de turismo dentro del sector, así como con otras estadísticas económicas (especialmente con cuentas nacionales y datos de la balanza de pagos). Para que la CST sea ese marco integrado, deberían darse las mismas condiciones que se requerían para el SCN 2008: las estadísticas de turismo deben ser coherentes (los mismos conceptos, definiciones y clasificaciones para todos los componentes relacionados) y adecuadas (las mediciones para cada componente deberían ser proporcionales para poder integrarse en un marco analítico único).

2.6.1 Recomendaciones internacionales para Estadísticas de Turismo

Las nuevas Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo (Unidas, 2010, pág. 1) y la Cuenta satélite de turismo: consideran que se debe usar estas estadísticas para evitar falencias en los datos y para diseñar nuevas fuentes estadísticas, así como para promover la coherencia y la sistematicidad de la información estadística disponible sobre turismo. Estas recomendaciones podrían extenderse en los próximos más años más allá del ámbito restringido al que por el momento afectan. En este caso ampliar conceptos relacionados a consumo, oferta, demanda e implementar cuentas relacionadas a aspectos económicos y también ambientales.

La investigación sobre cierta información como las estadísticas sobre las múltiples facetas del turismo es esencial ya que permite a un país avanzar en el conocimiento de un determinado sector, seguir de cerca sus progresos, promover una gestión enfocada a unos resultados y poner de prestigio cuestiones de importancia estratégica para las decisiones políticas, sociales y económicas. El resumen de la información ofrece datos estadísticos sobre turismo receptor, emisor e interno, sobre el número y los tipos de industrias turísticas y sobre el número de asalariados por industria turística, así como indicadores

macroeconómicos relacionados con el turismo internacional.

Las estadísticas de turismo son una guía de referencia para la medida y el análisis del sector turístico. Constituye, uno de los principales conjuntos de datos de la OMT (Organización Mundial del Turismo). Además, ofrece, por una parte, una ampliación del número de países y territorios que suministran información y datos con regularidad y, por otra, un conjunto de datos estadísticos y de indicadores más completo.

2.7 Indicadores de turismo

Según Lusthaus & Garden (2001) un indicador es un elemento de medición que permite esclarecer y medir un concepto.

Enrique (2007) señala que un indicador es una estadística simple o compuesta que refleja algún rasgo importante de un sistema dentro de un contexto.

Los indicadores son capaces de medir, caracterizar la eficacia o ineficacia de un sistema, inclusive de una organización; se puede además establecer comparaciones, plantear juicios, establecer tendencias mismas que pueden beneficiar y generar aportes importantes en el desarrollo de investigaciones.

El sistema de información creado por un SET nacional, es decir, las estadísticas básicas de turismo y la CST, debería servir de fundamento para un sistema de información turística (SIT) nacional fiable y preciso. El SIT debería incluir también estadísticas complementarias, información no estadística y tipos de indicadores adicionales. Este nuevo conjunto de información debería diseñarse únicamente con fines nacionales.

a) Los indicadores de alerta temprana podrían derivarse de fuentes tales como los registros de las tarjetas de crédito, así como de los datos de asignación de slots para el tráfico aéreo. Ambos tipos de datos son información administrativa (como lo son las cifras sobre llegadas) y algunos países tienen ya experiencia en derivar estos indicadores que han resultado de gran interés para el análisis. España (respecto a los datos de asignación de slots) y

Nueva Zelanda (utilizando datos de tarjetas de crédito para evaluar el rendimiento productivo del alojamiento comercial) son algunos ejemplos.

b) Los indicadores de resultados a corto plazo para el volumen de negocio y el empleo podrían derivarse de registros administrativos producidos por fuentes oficiales, tales como fuentes fiscales y sistemas de seguridad social. El siguiente documento preparado por la OMT ofrece diferentes ejemplos ya existentes en países de la OCDE.

c) Los indicadores del ciclo de negocios podrían derivarse de las encuestas sobre tendencias de las empresas. Este tipo de información cualitativa (basada en respuestas del personal de algunas industrias turísticas clave como la hostelería o las agencias de viajes) se emplea ampliamente en la mayor parte de los países para sectores que no son de servicios.

La OMT conoce su aplicación en países como Francia, España, Canadá, Brasil y Nueva Zelanda. La OMT está utilizando también esta metodología en su Barómetro OMT del Turismo Mundial mediante el índice de confianza del grupo de expertos de la OMT.

El uso de indicadores ha sido y sigue siendo una práctica muy habitual en la gestión de destinos turísticos, que han basado muchas de sus decisiones en los resultados obtenidos a través de unos indicadores estándar que proporcionan informaciones generalistas y un tanto confusas. Pero la utilización de indicadores permite la obtención de una información real y clara de la situación del destino y que pueda ser utilizado como una herramienta en la gestión de los destinos turísticos, así como en la valoración de las buenas prácticas realizadas por los mismos.

Estos indicadores proporcionan criterios que permiten adoptar medidas correctivas que puedan ser utilizadas en la gestión sostenible del destino. Por otra parte, la validez de los indicadores está condicionada a la correcta utilización de estos y para ello es necesario conocer lo que se quiere evaluar, seleccionar la información relevante y, por último, sintetizar dicha información con un criterio objetivo que proporcione una serie de medidas útiles y

significativas para los responsables de la toma de decisiones y evaluar la posición competitiva del destino.

Generalmente, en los estudios sobre gestión turística se centra el análisis en un conjunto de indicadores, con fuertes componentes medioambientalistas y económicos. Dos aspectos importantes han quedado relegados en estos análisis. En primer lugar, el escaso protagonismo concedido a la población local como un agente importante en el proceso de gestión turística, capaz de influir en el proceso de consolidación y éxito del desarrollo turístico de un destino (dado el impacto que la actividad turística tiene sobre sus modos y estilos de vida).

En segundo lugar, la demasiada importancia adjudicada a los indicadores de carácter objetivo, como estadísticas del estado en el que se encuentra el destino, obviando el papel tan importante que los componentes subjetivos y percepciones tienen en la satisfacción de los clientes internos (población local) y externos (turistas) y por lo tanto en la sostenibilidad de los destinos turísticos.

2.8 Tipos de indicadores de turismo

2.8.1 Sistema de indicadores económicos

Un indicador económico podría ser definido como un instrumento que refleje de forma sintética, cuantitativa, significativa y legítima el estado de la realidad o ámbito económico. El problema está en delimitar qué se entiende por ámbito económico en el sector turístico, ya que muchos indicadores económicos están estrechamente relacionados con otras ramas de actividad, lo cual dificulta su delimitación precisa y concreta.

Es necesario destacar dos aspectos relevantes en el planteamiento de los indicadores objetivos en el campo económicos. En primer lugar, y previamente a la utilización de estos, se debe conocer muy bien la forma en que se emplean, los criterios de ponderación o de equilibrado de los mismos y la implicación directa del objetivo de medición con la actividad

turística, ya que no se obtendrán los mismos resultados, en un caso u otro, por ejemplo, si se considera el PIB per cápita en lugar de la renta per cápita, o la población de hecho o de derecho, etc... En este apartado hay que constatar la importancia que tiene los valores de referencia de los indicadores, que dan significado al indicador.

En segundo lugar, existen algunas limitaciones y problemas que quedan encubiertos por los indicadores económicos y es la percepción que los agentes tienen sobre si las mejoras económicas en el destino pueden ser debidas o no a la propia actividad turística. Es este un aspecto muy importante ya que solo una percepción positiva de éste puede contribuir a un bienestar de la población ante los flujos turísticos y por lo tanto aceptar el desarrollo futuro del sector.

Por ello junto con los tradicionales impactos económicos, se ha desarrollado un estudio de la sensibilización de la población local sobre la mejora económica que la actividad turística proporciona en su entorno.

Los indicadores así considerados quedan expuestos en la Tabla 1, donde se recogen aspectos de territorio, trabajo, capital, tecnología, equipamientos y servicios públicos, accesibilidad, precios y sector turístico.

El turismo tiene una importante relevancia como motor de arrastre económico que genera economías de escalas y favorece el desarrollo económico y social de las regiones.

Es importante visualizar de forma general el ámbito del turismo, ya que en realidad abarca varios sectores de la realidad económica, constituyendo lo que se denomina un sector transversal de los restantes, dada sus características, es una actividad inclinada a la generación de ingreso y empleo. Por ello es necesario contar con un completo y eficiente sistema de indicadores económicos que muestren el rol que desempeña el turismo en la economía, en términos de generación de empleo y creación de valor agregado.

2.8.2 Sistema de indicadores socioculturales

En la lista de indicadores sociales propuestos por el Ministerio de Turismo del Ecuador (2014), resulta especialmente remarcable el hecho de que la originalidad del concepto de

indicador social radique, precisamente, en su capacidad para ofrecer una referencia sintética para la observación de un amplio abanico de fenómenos sociales.

Por sí solo, un indicador sociocultural (o una batería de indicadores socioculturales) podrá revelar la existencia de un problema social y/o cultural, pero no precisa detalladamente su naturaleza y su vinculación implícita con la actividad turística. Utilizado aisladamente no aportará un conocimiento del problema lo bastante amplio como para elaborar, a partir de él, una política turística adecuada, pero sí permitirá tomar conciencia sobre una situación determinada.

Siguiendo el esquema sobre sostenibilidad planteado, se ha buscado información referente a indicadores socioculturales. Hay que señalar que normalmente este tipo de indicadores son incorporados de forma muy fragmentada o casi por compromiso en las evaluaciones convencionales.

La combinación de indicadores objetivos sobre dotaciones, junto con los subjetivos sobre las percepciones de los clientes sobre el beneficio que el turismo proporciona a los estilos de vida, y cultura de la población local, enmarcan el modelo construido donde el peso de estos indicadores toma una importancia relevante.

Los indicadores socioculturales nos dan insumos para empezar a trabajar de mejor forma el desarrollo de áreas desde la perspectiva del turismo que permita lograr un gran índice de la demanda en diversas estadísticas que se presentan al tomar decisiones efectivas. Se consideran que la participación social en la conservación es necesaria, al existir indicadores que dan luces en este sentido.

2.8.3 Sistema de indicadores medioambientales

El (MINTUR, 2014) define que un indicador medioambiental es una variable que ha sido socialmente dotada de un significado añadido al derivado de su propia configuración científica, con el fin de reflejar de forma sintética una preocupación social con respecto al medio ambiente e insertarla coherentemente en el proceso de toma de decisiones.

Es conocido el gran esfuerzo que se ha realizado desde la gestión turística a este apartado fundamental en el desarrollo turístico sostenible de un destino. Prueba de ello son los trabajos del Ministerio del Medioambiente (2003) y de la propia OMT (2004). En estos trabajos se pone de relieve, una vez más, la fuerte vinculación existente entre los indicadores

medioambientales y otros ámbitos de la sostenibilidad lo que hará que un indicador medioambiental no siempre sea una variable aislada, sino que podrá estar construido a partir de la consideración de un conjunto de variables.

A pesar de esto y debido a que en ecología no todo es susceptible de ser reducido a un valor numérico, ni que todos los aspectos medioambientales inciden de la misma manera en el desarrollo turístico de un destino, hace que estos indicadores tengan algunas limitaciones. Algunas variables muestran comportamientos estacionales, propios de la variabilidad natural, y otras son consecuencia de la propia estacionalidad turística. Por otro lado, en algunas ocasiones falta un marco de referencia en el que situar la idoneidad del valor de un indicador ambiental para su aplicación directa en el desarrollo turístico, así como las percepciones que tanto la población local como los turistas tienen sobre los condicionantes medioambientales del destino. Solo en la confrontación de estas dos clases de indicadores puede apreciarse la verdadera situación medioambientalista del destino.

El modelo turístico tradicional ha sido tremendamente agresor del entorno en el que se ha desarrollado, lo que ha generado una imagen muy negativa del turismo como actividad perjudicial para el medio ambiente. Sin embargo, los nuevos planteamientos del turismo sostenible y la paulatina superación del paradigma de desarrollo turístico tradicional, junto con la creciente sensibilidad de la demanda y el hecho indiscutible de que el medio ambiente es un factor indispensable en la función de producción turística, hacen que el turismo haya pasado a convertirse en el principal defensor y aliado de éste.

CAPITULO III

3 METODOLOGÍA

3.1. Procedimiento de recopilación de datos.

En este capítulo se describen los procedimientos empleados para la recolección de datos, todo esto con el fin de disponer de la información necesaria para el desarrollo de la investigación, misma que se ha enmarcado en alcanzar cada uno de los objetivos planteados. La metodología utilizada tiene relación directa con los propósitos de la investigación.

El primer aspecto tomado en cuenta es establecer la disponibilidad de datos estadísticos de oferta y demanda turística en el área de estudio para poder recopilar y almacenar la información de una manera ordenada y sistemática; para esto se ha utilizado fichas bibliográficas en las cuales se ha podido registrar y resumir datos extraídos de fuentes existentes acerca del objeto de estudio.

Por otro lado, la observación directa ha permitido recopilar información que no se haya encontrado en documentos bibliográficos pero que son muy importantes para el desarrollo de la investigación. Permite explorar sobre la información que se requiere, obteniendo datos más confiables; además, las fichas hemerográficas han facilitado la obtención de información de revistas y periódicos publicados por las administraciones pasadas.

Como segundo aspecto, se han identificado los principales requerimientos de información estadística que faciliten la toma de decisiones en la gestión del turismo de Atuntaqui y Andrade Marín mediante la aplicación de una entrevista al Director de Turismo, deportes y cultura, el Sr. Mauricio Ayala, mismo que ha proporcionado datos referentes a la existencia de datos estadísticos y en el caso de no existir datos, identificar las causas.

Además, se ha establecido una matriz de indicadores que brinda información para entender y mejorar la realidad situacional del turismo en el área de estudio.

Como tercer requerimiento, se ha determinado la metodología idónea para la gestión de registro de datos turísticos desde la administración pública en la que se ha desarrollado una matriz de análisis de casos particulares, consistente en el análisis de investigaciones anteriores para adquirir nuevos conocimientos en base a las experiencias de estos casos mismos que han servido como punto de partida para la elaboración de una metodología propia.

Finalmente, para el diseño de un sistema de gestión y tratamiento de información de datos turísticos aplicado desde la administración pública.

3.2. Tipo de Investigación

Tomando en cuenta las fuentes de investigación, se ha podido determinar que la misma es mixta ya que se ha tomado en cuenta la información bibliográfica y de campo, por un lado y se ha realizado una revisión de varios documentos; libros, textos, web, tesis; mismos que contienen información para realizar un análisis de la disponibilidad y gestión de datos estadísticos de la oferta y demanda por otro lado, se ha hecho visitas a las entidades gubernamentales relacionadas con la gestión turística del área de estudio, además se ha recolectado información, misma que muestra de manera específica como está el tratamiento de datos estadísticos de los visitantes que acuden al cantón Antonio Ante.

El enfoque de la investigación es cualitativo porque permite conocer la calidad, fiabilidad de la información estadística que dispone la administración pública, además es cuantitativa porque se pretende determinar flujos turísticos relacionados con la oferta y demanda de las parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín del cantón Antonio Ante.

Además, para la presente investigación se ha utilizado una guía de entrevista con varias preguntas a funcionarios públicos del GAD cantonal, que han permitido conocer los principales requerimientos y disponibilidad de información estadística que faciliten la toma de decisiones en la gestión del turismo de Atuntaqui y Andrade Marín. Toda esta información ha

generado una base sistemática para la investigación y así poder obtener conocimiento sobre la metodología idónea para gestionar el registro de datos turísticos desde distintas administraciones públicas y por último poder diseñar un sistema de gestión y tratamiento de información de datos turísticos aplicado desde la administración pública.

3.3. Métodos de investigación

3.3.1. Método Analítico-Sintético.

Este método ha permitido analizar la información recopilada para el desarrollo de la investigación, con todas las temáticas abordadas de datos estadísticos, su importancia en la potencialización de los recursos turísticos, además todo el contenido obtenido ha sido sintetizado, pues es de vital importancia extraer e interpretar todos los argumentos adquiridos respecto a la temática.

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

En este capítulo se ha recopilado todos los datos obtenidos, partiendo desde el análisis de cada uno de los objetivos y los instrumentos utilizados. De esta manera, se ha utilizado fichas bibliográficas, hemerográficas y de campo para recopilar la información necesaria sobre la temática. Además, la entrevista, las matrices de indicadores y de análisis de la investigación han permitido entender la realidad situacional y por consiguiente entender la problemática para establecer una metodología propia que facilite y mejore la gestión de la administración pública encargada del área turística.

4.1. Entrevista dirigida al Ing. Mauricio Ayala, Director de Turismo, deportes y cultura.

1. ¿Qué grado de instrucción tiene usted?

Ingeniero

2. ¿Qué labores desempeña dentro de la institución?

Director de turismo, deportes y cultura.

3. ¿Qué metodología utilizan para analizar el turismo?

Realmente no se está aplicando ninguna metodología en función de que no se está sacando datos estadísticos de ingresos y salidas de visitantes.

4. ¿Qué tipo de indicadores son analizados para potencializar el turismo?

No existe

5. ¿Conoce usted si el GAD cantonal cuenta con una planificación estratégica que permita conocer e impulsar el turismo en Atuntaqui y Andrade Marín para el año 2017?

Existe una planificación en la jefatura de cultura y turismo y básicamente para el tema de dinamización hay una planificación que involucra también la parte cultural, con un presupuesto aproximado de 200.000 que se destina para lo relacionado a dinámica turística y cultural.

6. ¿Conoce usted qué tipo de proyectos contemplan el desarrollo turístico de Atuntaqui y Andrade Marín para el resto del año 2017?

Proyectos específicos para las parroquias desconozco, existen proyectos de carácter cantonal como el tema de promoción, difusión, elaboración de una página web, material impreso que se lo ha realizado, actividades culturales como el tema de la banda municipal, dinamización con artistas culturales. Todos estos básicamente son los que se han contemplado.

7. ¿Participó usted de la elaboración del Plan Operativo Anual de las parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín?

NO

8. ¿Conoce usted la estructura de análisis de indicadores turísticos en las parroquias de Andrade Marín y Atuntaqui?

No existe.

9. Conoce usted el sistema de información estadística del MINTUR?

No porque hay una debilidad también dentro del Ministerio de turismo para tener datos estadísticos.

10. ¿Qué metodología cree usted que debería emplearse para analizar los indicadores de turismo en las parroquias de Andrade Marín y Atuntaqui?

La encuesta directa al visitante al turista que llega, hay lugares y espacios en donde se podrían aplicar estas encuestas que son los establecimientos textiles, los establecimientos gastronómicos donde también hay una buena llegada de turistas así que se podría sacar una buena muestra del cantón de Antonio Ante.

11. ¿Según su criterio que otros indicadores considera importantes identificar para el mejoramiento del turismo en Atuntaqui y Andrade Marín?

Lugar de procedencia, las demandas en servicios turísticos y culturales.

12. ¿Cómo usted calificaría la gestión turística del GAD en identificar indicadores estadísticos de turismo en las parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín?

Muy bajo la verdad no se ha trabajado en obtener esta información que si es básica y si es necesaria para realizar proyectos realizar actividades que permitan dinamizar el tema económico y turístico en el cantón de Antonio Ante.

Conclusión. –

Con la aplicación de esta guía de entrevista se puede evidenciar que no existe una metodología relacionada a la recopilación de datos estadísticos sobre la oferta y demanda, además no existen indicadores que permitan la potencialización del turismo en el cantón Antonio Ante, pero si existe una planificación en la jefatura de cultura y turismo básicamente para el tema de dinamización.

Se reafirma el hecho de que el sistema estadístico manejado por el MINTUR podría mejorar, y además a nivel provincial y cantonal; sin embargo, con la aplicación de proyectos e investigaciones se puede aprovechar atractivos potenciales para la aplicación de encuestas a los turistas, y así dar un seguimiento a la información que se adquiriera para inclusive poder mejorar la gestión de la administración, pues es muy baja y no se han tomado medidas correctas para mejorar estas debilidades.

Se ha buscado identificar indicadores que proporcionen información que facilite comprender la realidad que se pretende analizar en cuanto a emprendimientos turísticos. Y así valorar e interpretar desde otro punto de vista, es así como se han establecido los siguientes.

- Número de emprendimientos turísticos en el cantón. (alojamientos turísticos, restauración, tiendas).
- Nivel de ingresos salariales.
- Nivel de porcentaje de ocupación en la actividad turístico (%alojamientos turísticos, %restauración, %tiendas).

- Número de empleos en los sectores ya señalados.
- Viabilidad (transporte, señalización, servicios básicos.

Se han establecido fichas en las que constan los siguientes elementos: lugar, indicador, variables, descripción, importancia, limitaciones y fórmulas.

Siglas utilizadas	Variables
Conturec	Consumo turístico receptor
Conturem	Consumo turístico emisor
ITC	Ingresos totales del cantón
TEG	Tasa de empleo global
E	Empleo
PEA	Población económicamente activa
Q	Demanda total de mercado
n	# de compradores en el mercado
q	Cantidad comprada por comprador medio al año
p	Precio de una unidad media
CCF	Capacidad de carga física
NV	# de veces que el sitio puede ser visitado por persona
Hv	Horario de visitas
Tv	Tiempo necesario para visitar cada tiempo
S	Superficie netos cuadrados
Sp	Superficie por una persona en metros cuadrados

4.2 Fichas de indicadores turísticos

Estas fichas de indicadores turísticos han permitido analizar el turismo en Atuntaqui y Andrade Marín; indicadores como consumo turístico emisor y receptor, balanza turística, grado de apertura turística, motivos de viaje, empleo, demanda turística, características de la visita y oferta han generado datos de importancia y limitaciones, mismos que son importantes en el desarrollo de la investigación.

Tabla 1

Ficha de indicador del consumo turístico receptor

FICHA DE INDICADORES PARA ANALIZAR EL TURISMO EN ATUNTAQUI Y ANDRADE MARÍN.		1.
Lugar:	Atuntaqui y Andrade Marín	
Indicador	Consumo turístico receptor Extranjero Del resto del país	
Variables:	Paquete turístico. Alojamiento. Comida y bebidas. Transporte. Ocio, cultura y actividades deportivas. Compras. Otros.	
Descripción:	En sentido amplio, se entiende por consumo turístico a la adquisición de bienes y servicios realizados por el visitante, o de su parte, inherentes a los viajes y estancias, así como las compras de bienes duraderos para consumo propio o como recuerdo para turismo los bienes para su reventa o transformación, las inversiones o transacciones de capital (inmuebles o vehículos) y las donaciones.	
Importancia:	Es de vital importancia conocer el gasto que realiza cada uno de los visitantes de cada lugar en sus diferentes aspectos, así como de datos generales sobre los turistas ya que tener a disposición una gran cantidad información de los aspectos microeconómicos del comportamiento de los turistas para ello el método más idóneo es la encuesta que permite tener una fuente directa de información que hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos; incluyendo los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros.	
Limitaciones:	Deben estudiarse cada uno de los componentes de este indicador: el gasto de consumo turístico depende del número de visitantes no residentes como también, del número de días de visita (o pernoctaciones). El aumento de los valores de este indicador no constituye necesariamente una situación favorable para el cantón desde el punto de vista del turismo sostenible.	
Formula:	$\text{conturec} / \text{ITC} * 100$	

Fuente: Basados en indicadores económicos del turismo, 2007

Elaborado por: Andrade, W, 2018

Tabla 2

Ficha de indicador del consumo turístico emisor

FICHA DE INDICADORES PARA ANALIZAR EL TURISMO EN ATUNTAQUI Y ANDRADE MARIN.		2.
Lugar:	Atuntaqui y Andrade Marín	
Indicador	Consumo turístico emisor	
Descripción:	La adquisición de una maleta o de un traje para esquí o de un seguro de viaje constituyen un consumo pre-viaje; en cambio, el gasto del taxi desde el aeropuerto hasta la residencia habitual en el viaje de vuelta es un consumo post-viaje.	
Importancia	El aumento de este indicador puede mostrar una alerta para el cantón, ya que muestra de una forma directa la disminución de ingresos totales que genera la corriente monetaria relacionada al turismo de salida, es decir, el gasto que realizan los residentes del Cantón cuando se desplazan hacia el resto del país. Este tipo de indicador liga de forma directa la magnitud del turismo emisor con la economía local.	
Limitaciones:	Este indicador debe analizarse cuidadosamente por las dificultades que plantea la compilación de datos estadísticos sobre monto y estructura del rubro “viajes” que se registran entre los débitos de la balanza de servicios de determinado lugar. El gasto de consumo turístico depende del número de residentes que se desplazan fuera del Cantón, del gasto per cápita diario y, obviamente, del número de días de visita (o pernoctaciones).	
Fórmula	$\text{conturem} / \text{ITC} * 100$	

Fuente: Basados en indicadores económicos del turismo, 2007

Elaborado por: Andrade, W, 2018

Tabla 3

Ficha de indicador de balanza turística

FICHA DE INDICADORES PARA ANALIZAR EL TURISMO EN ATUNTAQUI Y ANDRADE MARÍN.		3.
Lugar:	Atuntaqui y Andrade Marín	
Indicador	Balanza Turística	
Descripción:	La participación relativa de la balanza turística en los ingresos totales del Cantón describe la importancia relativa del turismo en la generación de un déficit o superávit en el sector externo del país. Obviamente, si el consumo turístico receptor es superior al consumo turístico emisor, el resultado será un superávit de la balanza turística; por el contrario, si el gasto turístico emisor es superior al receptor, el saldo será negativo y se producirá un déficit en la balanza turística. La relación entre la balanza turística y los ingresos totales permite medir la importancia económica de esta actividad y establecer comparaciones a nivel nacional y regional.	
Importancia	El comportamiento de este indicador puede depender de varios factores y, obviamente, conviene analizar por separado la evolución de los indicadores 1 y 2 así como las causas que pueden explicar su evolución coyuntural: devaluaciones nominales, variaciones en el precio relativo de los servicios turísticos a nivel internacional, crecimiento del ingreso per cápita en el país de referencia frente al de los demás países, resultados de las políticas de promoción del turismo, situación de los flujos migratorios y otras.	
Limitaciones:	La calidad del indicador depende de la manera en que se compila la información estadística requerida para conocer el monto y estructura del rubro “viajes” que se registra en la balanza de pagos. De ahí la necesidad de disponer de encuestas periódicas sobre turismo internacional, así como de registros sobre el flujo internacional de personas	
Fórmula	$[\text{conturec} - \text{conturem}] / \text{ITC} * 100$	

Fuente: Basados en indicadores económicos del turismo, 2007

Elaborado por: Andrade, W, 2018

Tabla 4

Ficha de indicador de grado de apertura turística

FICHA DE INDICADORES PARA ANALIZAR EL TURISMO EN ATUNTAQUI Y ANDRADE MARIN.		4.
Lugar:	Atuntaqui y Andrade Marín	
Indicador	Grado de apertura turística	
Descripción:	El grado de apertura turística de un país revela la importancia relativa del gasto turístico para la economía del Cantón (representada por los ITC). Mientras mayor sea el valor de este indicador, más importante será el turismo (de entrada y de salida) desde el punto de vista económico.	
Importancia	Este indicador es extremadamente relevante, pues refleja inmediata y directamente la importancia de las corrientes monetarias asociadas al turismo (de entrada y de salida) en la economía del cantón. Una región puede ser más abierta desde un punto de vista turístico que desde una perspectiva comercial o financiera. El indicador refleja directamente la magnitud del turismo nacional en la economía del cantón o de la región.	
Limitaciones:	Mientras el grado de apertura turística se calcule como la relación entre la suma del consumo turístico receptor y emisor y el ITC, la “balanza turística” será la relación entre la diferencia del consumo turístico receptor y emisor y el ITC, que indica la existencia de un superávit (cuando el receptor es superior al emisor) o déficit (cuando el receptor es inferior al emisor) turístico en el cantón. Obviamente, una región puede ser más o menos abierta si sus políticas de promoción del turismo a nivel nacional han generado un mayor ingreso de divisas o si los residentes gastan relativamente más recursos cuando viajan fuera de la su localidad, por lo que un incremento en los valores del indicador no implica necesariamente una situación favorable para el Cantón desde el punto de vista de la balanza de divisas.	
Fórmula	$[\text{conturec} + \text{conturem}] / \text{ITC} * 100$	

Fuente: Indicadores Económicos del turismo, 2007

Elaborado por: Andrade, W, 2018

Tabla 5

Ficha de indicador de motivos de viaje y Valor social del tiempo de viaje

FICHA DE INDICADORES PARA ANALIZAR EL TURISMO EN ATUNTAQUI Y ANDRADE MARIN.		5
Lugar:	Atuntaqui y Andrade Marín.	
Indicador:	Motivos de viaje. (VST) Valor social del tiempo de viaje	
Variabes:	<ul style="list-style-type: none"> • Ocio, recreo y vacaciones. • Visitas a parientes y amigos. • Negocios y motivos profesionales o de estudios. • Tratamiento de salud. • Motivos religiosos. • Otros motivos 	
Descripción:	Se dice que son los estímulos o impulsos que mueven a una persona a realizar determinadas acciones hasta lograr alcanzarlas. Estas están relacionadas con el interés y el deseo de hacer algo. Los impulsos guían y mantienen el comportamiento del individuo hasta que alcance la meta u objetivo deseado.	
Importancia:	Es de conocimiento que existen dos motivaciones generales para realizar un viaje, la primera por motivos de trabajo y segunda motivación ocio. La motivación de ocio no tiene un precio preestablecido ya que este puede ser estimado directamente, se conoce como ocio a todas las actividades que no se recibe un beneficio económico directo por efectuarlas. Las explicaciones presentadas aquí sobre las necesidades, motivos y motivaciones sirven como base para aumentar la comprensión acerca de la conducta de los turistas, así como de los cambios a los que están sujetos. Los conceptos relativos a las necesidades y motivaciones son complicados, porque incluyen razonamientos relacionados con la conducta y las actitudes en general.	
Cálculo:	$VST = a * VTT + (1 - a) * VTO$ <p>a = % viajes realizados por motivos de trabajo b = % viajes realizados por otros motivos VTT = valor tiempo de trabajo (Salario por hora) VTO = Valor de tiempo ocio (Se calcula cómo % del VTT)</p>	

Fuente: Basados en indicadores económicos del turismo, 2007

Elaborado por: Andrade, W, 2018

Tabla 7

Ficha de indicador de demanda turística

FICHA DE INDICADORES PARA ANALIZAR EL TURISMO EN ATUNTAQUI Y ANDRADE MARIN.		7.
Lugar:	Atuntaqui y Andrade Marín.	
Indicador:	Demanda turística	
VARIABLES:	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda efectiva, formada por aquellos que realizan o están en disposición de participar en la actividad turística. • Demanda latente, formada por aquellos que no participan en la actividad turística por diversas razones pero que podrían hacerlo en el futuro. Esas razones pueden deberse a condicionantes endógenos (demanda potencial) o exógenos (demanda diferida). 	
Descripción	Es aquella que se genera en la zona origen de la actividad turística.	
Importancia	La demanda permite obtener una dirección general de una variable en un determinado periodo de tiempo, y esto en proyecciones futuras da como resultado entender el comportamiento de estas. En este caso también es importante conocer el periodo de tiempo en un lugar, así como también el comportamiento actual y pasado de los visitantes todo ello gracias al análisis de este indicador que puede ser usado para realizar pronósticos es decir intuir cómo será la demanda turística en un el futuro.	
	La demanda se podrá determinar mensualmente o anualmente otorgando un análisis de la estacionalidad que se presenta, esto compone un elemento importante que aportara a la toma de decisiones	
Cálculo:	$Q=n*q*p$ <p>Q Demanda total de mercado</p> <p>n # de compradores en el mercado</p> <p>q Cantidad comprada por comprador medio al año p</p> <p> Precio de una unidad media</p>	

Fuente: Basados en indicadores económicos del turismo, 2007

Elaborado por: Andrade, W, 2018

Tabla 8

Ficha de indicador de características de la visita

FICHA DE INDICADORES PARA ANALIZAR EL TURISMO EN ATUNTAQUI Y ANDRADE MARÍN.		8.
Lugar:	Atuntaqui y Andrade Marín.	
Indicador:	Características de la visita.	
VARIABLES:	<ul style="list-style-type: none"> • Motivo. • Duración del viaje (no de la estancia). • Organización. • Medio de transporte. • Compra. Período temporal en el que fue realizada. • Trayecto. • Estancia. • Repetición (no/sí). 	
Descripción:	Es aquella que se genera en la zona origen de la actividad turística.	
Importancia:	<p>Constituye una gran importancia identificar todas las características de las personas que viajan e ingresan a una determinada localidad, así como conocer los motivos de estos viajes y todas las características de los visitantes que lo definen como turista porque no responden a un solo aspecto de las personas que visitan distintos lugares los hace por aprender más o aumentar sus conocimientos para ello es de gran ayuda entender y comprender las diversas necesidades de estas personas para en visitas futuras brindar un mejor servicio.</p>	
Cálculo:	A través de encuestas a los visitantes.	

Fuente: Basados en indicadores económicos del turismo, 2007

Elaborado por: Andrade, W, 2018

Tabla 9

Ficha de indicador de oferta

FICHA DE INDICADORES PARA ANALIZAR EL TURISMO EN ATUNTAQUI Y ANDRADE MARIN.		9.
Lugar:	Atuntaqui y Andrade Marín.	
Indicador:	Oferta.	
VARIABLES:nnh	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta específica, formada por bienes y servicios con relación directa con el turista. En otras palabras, está integrada por aquellos bienes y servicios cuyo consumo por los visitantes es sensiblemente superior al de los no visitantes. • Oferta no específica, cuya relación con el turista es indirecta, es decir, que son consumidos por los visitantes pero que no son significativos para el turismo (farmacia, prensa, etc.) 	
Descripción:	Es aquella que se genera en la zona destino de la actividad turística e incluye el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo	
Importancia:	<p>Analizar este indicador resulta una muy apropiada estrategia para entender la satisfacción de los visitantes identificando de forma más apropiada para identificar los puntos fuertes y las áreas a mejorar en determinado servicio.</p> <p>Entender las expectativas de los clientes permitirá realizar una evaluación de su comportamiento para poder realizar recomendaciones para gestionar el turismo, identificando los puntos débiles y fuertes de la oferta turística.</p>	
Cálculo:	$CCF=(S/sp)*Nv$ $Nv=Hv/Tv$	

Fuente: Basados en indicadores económicos del turismo, 2007

Elaborado por: Andrade, W, 2018

Para determinar la metodología idónea para la gestión de registro de datos turísticos desde la administración pública, se ha realizado una matriz, tomando en cuenta algunos casos de estudio de Panamá y el Distrito Metropolitano de Quito.

Tabla 10

Boletín de turismo de Panamá

CASO	CARACTERÍSTICAS	ANÁLISIS
#1 Boletín de turismo de Panamá.	Este documento es una contribución que el gobierno de Panamá realiza para disponer de información que permita medir el movimiento de la entrada de visitantes, la ocupación hotelera, el gasto realizado por los turistas y otros componentes que ayudarán a todos los sectores de su economía a visualizar y comprender el impacto real del turismo como herramienta para un mejor desarrollo del país, ya que el turismo se ha convertido en la principal actividad captadora de divisas. Este boletín estadístico es una valiosa herramienta útil para servidores públicos, técnicos y profesionales, estudiantes, periodistas, investigadores, empresas y organismos nacionales e internacionales que quieran conocer sobre el Turismo en la República de Panamá	Disponer de una información actualizada confiable sobre las estadísticas de Turismo, permitirá proyectar el comportamiento del turismo receptivo ya sea este nacional o internacional, y medir con precisión la participación del sector turístico en la economía local así poder disponer de elementos para apoyar gestión turística de los estamentos gubernamentales y la toma de decisión a la hora de impulsar el turismo así como también describir los flujos monetarios del turismo al interior del país, y aspectos del turismo definiendo un marco de referencia para orientar la generación de las estadísticas básicas.

Fuente: Boletín Estadístico 2016

Elaborado por: Andrade, W, 2018

Tabla 11

Caracterización del turismo receptor en el DMQ

	CASO	CARACTERÍSTICAS	ANÁLISIS
#2	Caracterización del turismo receptor en el DMQ La demanda turística de viajeros no residentes a la ciudad de Quito	El presente documento, está dirigido a dar sustento al diseño de estrategias técnicas y comerciales del sector privado y público. Así como también identificar el perfil del turista no residente que visita Quito y analizar la demanda turística de no residentes en Quito. También muestra lo que es el Gasto turístico, la estancia media y el gasto sugerido y el grado de satisfacción del turista no residente.	Esta investigación provee un volumen enorme de información que será de gran ayuda para poder definir la metodología idónea para la manipulación de datos estadísticos. Se puede identificar las estrategias que usa el municipio de Quito para determinar los diferentes indicadores a fin de que estar en capacidad de analizar ámbitos de interés.

Fuente: Empresa pública Metropolitana de Gestión de Destino Turismo, 2015 Elaborado por: Andrade, W, 2018

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- La disponibilidad de datos estadísticos de oferta y demanda turística de las parroquias de Andrade Marín y Atuntaqui es escasa, lo que dificultó en un inicio el desarrollo de la investigación, y esto denota el poco interés que existe por parte del GAD cantonal y los involucrados en potencializar el turismo.
- La identificación de los principales requerimientos de información estadística como son: nombres, genero, mail, teléfono, motivo de la visita, frecuencia de la visita, forma en la que se informó sobre la existencia del lugar finalidad de la visita, entre otros; facilitó la gestión turística de Andrade Marín y Atuntaqui en la toma de decisiones que ayuden a impulsar de mejor manera el turismo de las dos parroquias.
- La metodología idónea para gestionar el turismo está enfocada en establecer un sistema de estadísticas turísticas, que proporcionó información fiable, coherente y adecuada sobre aquellos aspectos socioeconómicos relacionados con la actividad turística.
- El diseño del Sistema Estadístico de Turismo debería ser visto como una estructura básica de coordinación de toda la información producida por todos los agentes que operan en el turismo, los conceptos, definiciones, clasificaciones, indicadores y agregados contables, diseñados para permitir una descripción exhaustiva del fenómeno del turismo en todos sus aspectos físico, social, económico, etc. Y que facilito la medición de su impacto económico dentro de un contexto de comparabilidad local, nacional e internacional.

5.2. Recomendaciones

- Involucramiento de los departamentos gubernamentales de manera directa con el turismo, mostrando predisposición y ayuda a todos los actores en el área turística para lograr la disponibilidad de datos estadísticos de oferta y demanda turística de las parroquias de Andrade Marín y Atuntaqui.
- Promover el uso de las TICS para proporcionar materiales informativos gratuitos como mapas, folletos, planos, postales, afiches, recuerdos, videos, listado de empresas registradas y otros materiales de interés desde una oficina de turismo, en todos los lugares turísticos de las parroquias para así poder adquirir de información estadística, para ayudar a la gestión turística y toma de decisiones.
- Establecer mecanismos y programas de capacitación sobre un sistema de estadísticas turísticas donde los empleados públicos del municipio sean los encargados de organizar y proveer información estadística a los turistas reales y potenciales.
- Promover acciones que permitan un desarrollo turístico local a través de la creación de alianzas o redes de cooperación entre las distintas instituciones gubernamentales no gubernamentales y comunidades aledañas responsables de la aplicación y utilización del sistema de gestión y tratamiento de datos estadísticos.

Bibliografía

- Acerenza, M. (2017). *Administración del turismo*, 6ª edición, México. Editorial Trillas
- Benítez, M & Arias, A. (2017) *Curso de Introducción a la Administración de Bases de datos*, IT Campus Academy
- Bermúdez, F, Rodríguez, L y Chávez, M. (2014) *Infraestructura y actividad turística*.
- Bullón, R. C. (2014). *Planificación del espacio turístico*. México, Editorial Trillas
- Cardona, J, Azpelicueta C & Serra C. (2015). El mito del paraíso perdido en la definición del destino turístico. *Estudios y perspectivas en turismo*.
- Ciro, M. B. (2016). *Estadística básica aplicada*. Ecoe Ediciones. De Murcia, E. U. D. T.
- (2012). *El turismo. Conceptos y definiciones e importancia actual*. Murcia, España
- Enciclopedia
- Culturalia. (2013, enero, 23). edukavital.blogspot.com.
- <https://edukavital.blogspot.com/2013/01/definicion-de-mercado-turistico.html>
- Enrique, F. (2007) *Auditoría administrativa: gestión estratégica del cambio* Gobierno Autónomo descentralizado de Antonio Ante. (2012). *Plan de Desarrollo Catonal*.
- Goeldner, C. & Ritchie, J. R. Brent. (2012). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*.
- Guerrero, P. & Ramos, J. (2014) *Introducción al Turismo, México*, Grupo Editorial Patria.
- Ibañez, L. (2014) *Gestión de Bases de datos*, Madrid, España, RA-MA, S.A, Editorial.
- Lusthaus, C. & Garden, F. (2001) *Mejorando el desempeño de las organizaciones*, Otawa, Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Mendoza, J. (2014). *Introducción al Turismo*, México, Grupo Editorial Patria
- Molina, P. (2015) *Organización del servicio de información turística local*, España, Editorial Tutor Formación.
- Molina, S. (2016). *Conceptualización del turismo*, México, Editorial Limusa
- Muñoz, F. (2016), *Promoción Turística*, Holanda

Olmos, L & García, R. (2016) *Estructura del mercado turístico*, Madrid, España, Ediciones Paraninfo, SA, segunda edición.

Pike, S. (2008) *Destinatón marketing*. Elsevier, Oxford

Piñeiro, J. (2014) *Diseño de bases de datos relacionales*, España, Editorial Paraninfo

Quesada Castro, R. (2007), *Elementos del turismo*, Costa Rica, Editorial Euned.

Rodríguez, E. (2013) *Gestión de datos: bases de datos y sistemas gestores de bases de datos*, Cataluña, España, Editorial UOC

Saraniemi, S. & Kylanen, M. (2011) *Problematizing the concept of tourism destination: An analysis of different theoretical approaches*. *Journal of Travel Research* 50(2): 133-143

Sheldon, M. (2007) *Introducción a la Estadística*, España, Editorial Reverté. Turismo, M. D. (2014). Principales indicadores de turismo.

Glosario de términos

Bases de datos: es la representación de una colección de datos estructurada que describe las actividades de una organización. (Rodríguez,2013)

Demanda turística: conjunto de consumidores que se desplazan y consumen servicios y /o productos turísticos. (Olmos & García, 2016)

Destino turístico: conjunto de instituciones y actores localizados en un espacio físico o virtual donde las transacciones relacionadas con el marketing y las actividades desafían la tradicional dicotomía de producción-consumo (Saraniemi & Kylanen, 2011).

Estadística: proceso de recolectar, agrupar y presentar datos. (Bustamante & Luna, 2012).

Indicador: estadística simple o compuesta que refleja algún rasgo importante de un sistema dentro de un contexto (Enrique, 2007).

Información: sistema abierto de comunicación real y congruente con elementos básicos como entradas o almacenamiento, medio o procesamiento, salidas y retroalimentación, que son la base para dinamizar la actividad turística en toda su extensión. (Guerrero & Ramos, 2014)

Mercado turístico: es el segmento de las operaciones económicas. Aquí se contemplan las operaciones de compra- venta de los servicios, bienes o productos turísticos. (Guerrero & Ramos, 2014).

Oferta turística: es el conjunto de servicios presentados en el mercado turístico en un momento determinado. (Olmos & García, 2016)

Turismo: es una actividad humana que conlleva el deseo de satisfacer diversas motivaciones del turista, las cuales son variadas y sobre todo de carácter personal. (Mendoza, 2014).

Turista: es el visitante que está al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país que pernocta. (Olmos & García, 2016)

Anexos**Anexo 1. Árbol de Problemas Anexo1**

Anexo1

ARBOL DE PROBLEMAS

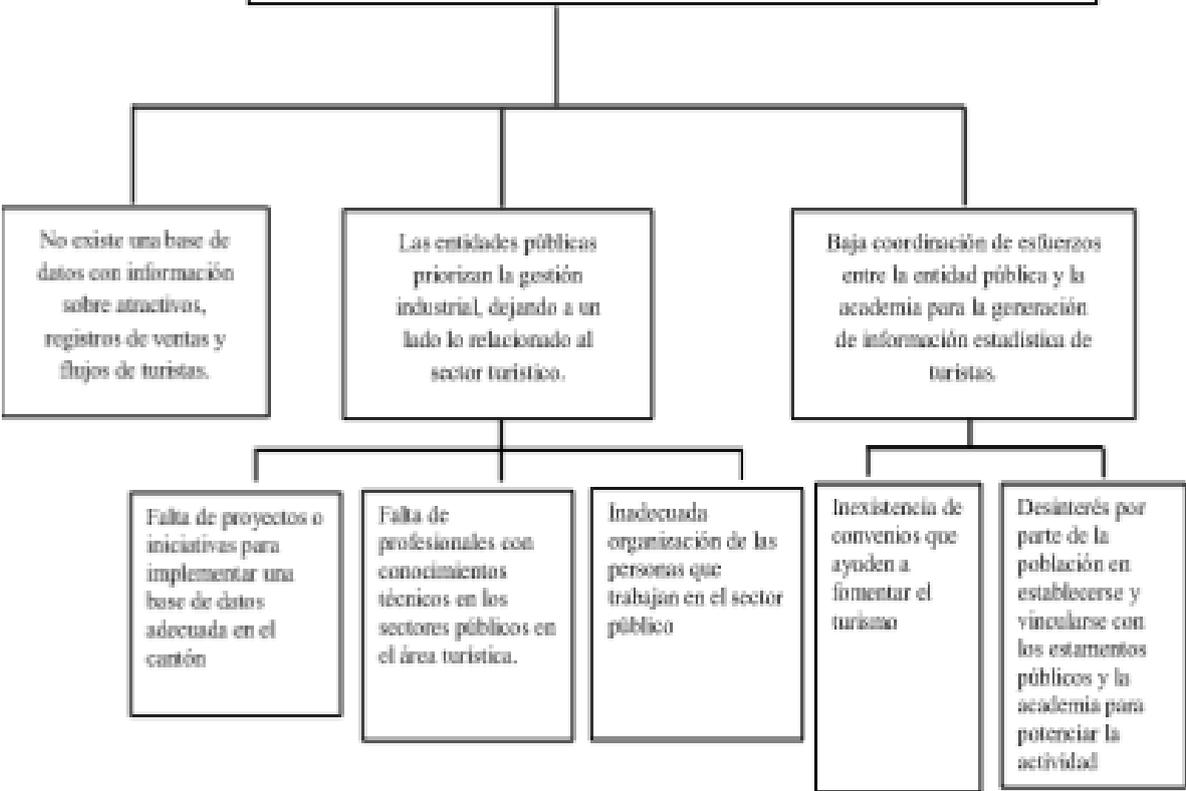
Limitado desarrollo de la actividad turística y manejo empírico del sector.

EFACTOS

<p>Insuficiente información que permita conocer la situación actual del cantón en lo que a datos estadísticos se refiere para la toma de decisiones de los gobiernos locales</p>	<p>Desconocimiento sobre atractivos turísticos que existen en el Cantón por parte de turistas locales nacionales y extranjeros</p>	<p>Limitadas propuestas técnicas para la ejecución de proyectos turísticos</p>	<p>Inexistencia de proyectos de vinculación entre estamentos públicos y la academia para impulsar el turismo</p>
--	--	--	--

Causas

Limitada información estadística de la oferta y demanda turística en las parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín del cantón Antonio Ante que permita tomar decisiones adecuadas para la gestión de la actividad turística



Anexo 2. – Entrevista

Dirigida al Ing. Mauricio Ayala, director de turismo, deportes y cultura.

1. ¿Qué grado de instrucción tiene usted?
2. ¿Qué labores desempeña dentro de la institución?
3. ¿Qué metodología utilizan para analizar el turismo?
4. ¿Qué tipo de indicadores son analizados para potencializar el turismo?
5. ¿Conoce usted si el GAD cantonal cuenta con una planificación estratégica que permita conocer e impulsar el turismo en Atuntaqui y Andrade Marín para el año 2016?
6. ¿Conoce usted qué tipo de proyectos contemplan el desarrollo turístico de Atuntaqui y Andrade Marín para el resto del año 2017?
7. ¿Participo usted de la elaboración del Plan Operativo Anual de las Parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín?
8. ¿Conoce usted el proceso de análisis de indicadores turísticos en las parroquias de Andrade Marín y Atuntaqui?
9. ¿Qué metodología cree usted que debería emplearse para analizar los indicadores de turismo en las parroquias de Andrade Marín y Atuntaqui?
10. ¿Según su criterio que indicadores considera pertinentes aplicar para el mejoramiento del turismo en Atuntaqui y Andrade Marín?
11. ¿Cómo usted calificaría la Gestión Turística del GAD en identificar indicadores estadísticos de turismo en las parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín?

Anexo 3. - Validación de instrumentos

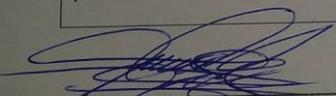


Matriz general de validación de instrumentos de recopilación de información
 Fecha: 19/07/2017
 Nombre de/la autor/a: Andrade Palacios Esteban Wladimir
 Nombre del docente revisor: Msc. Fabio Cruz

Dd

Objetivo General:
 Establecer indicadores turísticos mediante una metodología de registro de información estadística de oferta y demanda turística en las parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín.

Objetivos Específicos	Tipo de instrumento	Pertinencia con los objetivos		Redacción de los ítems		Observaciones
		Pertinente	No pertinente	Adecuado	Debe mejorar	
1. Recopilar datos estadísticos de la oferta y demanda turística de las parroquias Atuntaqui y Andrade Marín.	F1. Fichas bibliográficas	/		/		
	F2. Fichas de observación de campo	/		/		
	F3. Fichas Hemerográfica	/		/		
2. Identificar los principales requerimientos de información estadística que faciliten la toma de decisiones en la gestión del turismo de Atuntaqui y Andrade Marín.	E1. Entrevistas	/		/		
	M1. Matriz de indicadores	/			/	
3. Determinar la metodología idónea para la gestión de registro de datos turísticos desde la administración pública.	M2. Matriz de Análisis de la investigación	/		/	/	


 Firma del Docente
 C.C. 1002737-58-1

Matriz general de validación de instrumentos de recopilación de información
 Fecha: 19/07/2017
 Nombre de/la autor/a: Andrade Palacios Esteban Wladimir
 Nombre del docente revisor: Msc. Iván Bedón



Objetivo General:

Matriz general de validación de instrumentos de recopilación de información
 Fecha: 19/07/2017
 Nombre de/la autor/a: Andrade Palacios Esteban Wladimir
 Nombre del docente revisor: Msc. Julio Cesar Andrade Palacios



Objetivo General:

Establecer indicadores turísticos mediante una metodología de registro de información estadística de oferta y demanda turística en las parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín.

Objetivos Específicos	Tipo de instrumento	Pertinencia con los objetivos		Redacción de los ítems		Observaciones
		Pertinente	No pertinente	Adecuado	Debe mejorar	
1. Recopilar datos estadísticos de la oferta y demanda turística de las parroquias Atuntaqui y Andrade Marín.	F1. Fichas bibliográficas	/		/		
	F2. Fichas de observación de campo	/		/		
	F3. Fichas Hemerográfica	/		/		
2. Identificar los principales requerimientos de información estadística que faciliten la toma de decisiones en la gestión del turismo de Atuntaqui y Andrade Marín.	E1. Entrevistas	/		/		
	M1. Matriz de indicadores	/		/		
3. Determinar la metodología idónea para la gestión de registro de datos turísticos desde la administración pública.	M2. Matriz de Análisis de la investigación	/		/		


 Firma del Docente
 C.C. 100294228-0