



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

VALORACIÓN ECONÓMICA DEL NIVEL DE COMPETITIVIDAD
TURÍSTICA DEL CANTÓN IBARRA EN EL PERIODO 2010-2014

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA ECONOMÍA
MENCIÓN FINANZAS

AUTOR:

CEVALLOS HUERTAS WILSON ALFREDO

IBARRA, JUNIO 2017

AUTORÍA

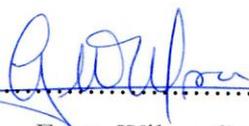
Yo, Wilson Alfredo Cevallos Huertas, portador de la cédula de identidad N° 0401410055 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi exclusiva responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

C.C: 0401410055

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado Wilson Alfredo Cevallos Huertas, para optar por el título de Ingeniero en Economía Mención Finanzas cuyo tema es “VALORACIÓN ECONÓMICA DEL NIVEL DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DEL CANTÓN IBARRA EN EL PERIODO 2010-2014”. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 28 días del mes de enero del 2017.



Econ. Wilma Guerrero

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO

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

Yo, Wilson Alfredo Cevallos Huertas, con cédula de ciudadanía Nro0401410055, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: “VALORACIÓN ECONÓMICA DEL NIVEL DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DEL CANTÓN IBARRA EN EL PERIODO 2010-2014”, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniero en Economía Mención Finanzas en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma): 

Nombre: Wilson Alfredo Cevallos Huertas

Cédula: 0401410055

Ibarra, a los 15 días del mes de abril 2017.

**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 Técnica del Norte.

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

DATOS DEL CONTACTO	
Cédula de Identidad	0401410055
Apellidos y nombres	Wilson Alfredo Cevallos Huertas
Dirección	Ibarra
E-mail	Aventura_12@hotmail.es
Teléfono Fijo	0986746601
DATOS DE LA OBRA	
Título	“VALORACIÓN ECONÓMICA DEL NIVEL DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DEL CANTÓN IBARRA EN EL PERIODO 2010-2014”
Autor	Wilson Alfredo Cevallos Huertas
Fecha	
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
Programa	<input type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado
Título por el que opta	Ingeniero en economía mención finanzas
Asesor / Director	Ec. Wilma Guerrero

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

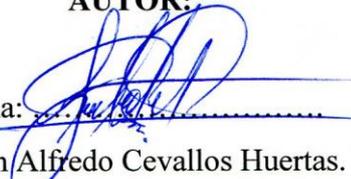
Yo, Wilson Alfredo Cevallos Huertas, con cédula de ciudadanía No. 0401410055, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la ley de educación superior artículo 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 el autor 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 reclamos por parte de terceros.

Ibarra a los 8 días del mes de enero del 2017

AUTOR:

Firma: 

Wilson Alfredo Cevallos Huertas.

C.I.: 0401410055

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

El presente trabajo dedico con mucho cariño a mis padres que de alguna manera han sabido guiar mi camino a través de sus consejos.

A mi esposa Cristina por su apoyo incondicional en cada paso de este proceso de preparación.

A mi hija Antonella que es la luz de mis ojos y fuente de inspiración y superación.

Wilson Cevallos

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la universidad Técnica del Norte por permitir ingresar en sus aulas y prepararme como profesional para servir a mi patria, aportando lo mejor de mis conocimientos, a mis profesores por compartir sus experiencias y enseñanzas, en especial a la Econ. Wilma Guerrero por aportar para que este trabajo culmine con éxito.

A la Msc. Carmen Guevara por su apoyo incondicional para poder prepararme en el campo académico y en la vida.

ÍNDICE GENERAL

AUTORÍA	ii
CERTIFICACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	iii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	v
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN	xv
SUMMARY	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
Antecedentes	1
Situación actual.....	2
Prospectivas del problema	3
Formulación del problema	4
Objetivos.....	4
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos	5
Hipótesis	5
Justificación	5
Viabilidad	6
Matriz de operacionalización de variables	7
Contenido de la investigación.....	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO	9
Sectores de la Economía Ecuatoriana: una visión del sistema económico empresarial.....	9
Turismo.....	13

Teoría de Competitividad	18
Una aproximación a la competitividad Turística.....	18
Turismo Sostenible	18
Competitividad turística.....	19
Marco regulador del turismo	21
Entorno comercial e infraestructura.....	24
Capital humano, cultural y recursos naturales	25
Valoración Económica de la Competitividad	27
Estrategias Ambientales y Sostenibilidad.....	28
Estrategias Administrativas.	29
Estrategias para el Talento Humano.	30
CAPÍTULO III.....	31
METODOLOGÍA.....	31
Tipo de investigación.....	31
CAPÍTULO IV	35
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	35
Variables Intervinientes en la Valoración de la Competitividad Turística.....	38
Principales Fortalezas y Debilidades de los Emprendimientos Turísticos del Cantón Ibarra	41
Criterios de valoración de competitividad turística del cantón Ibarra	46
Reglas, políticas y regulaciones.....	46
Infraestructura turística	48
Servicio tecnológico	49
Capital Humano	49
Recursos Naturales y Culturales	51
Análisis económico.....	51
Propuesta de mejoramiento de competitividad turística del cantón Ibarra	54
Discusión de resultados	61
Contrastación de hipótesis	63
Conclusiones.....	64
Recomendación.....	65
Bibliografía	66
ANEXOS	71

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Mapa turístico de Imbabura	14
Gráfico 2 Sector terciario de la economía	14
Gráfico 3 Índice de competitividad turística	21
Gráfico 4 Lugar de procedencia	36
Gráfico 5. Tiempo de estadía	36
Gráfico 6. Actividades de la empresa	38
Gráfico 7 Calificación de servicio de esparcimiento y tecnológico	40
Gráfico 8. Año de creación	41
Gráfico 9. Seguridad	47
Gráfico 10. Comparación de precios	49
Gráfico 11. Capacitación de los empleados	50
Gráfico 12 Inversión turística vs ingreso por tasa turística	52
Gráfico 13 Correlación de la inversión turística vs ingresos	53
Gráfico 14 Factores tangibles	59
Gráfico 15 Factores intangibles	61
Gráfico 16 Ingresos por servicio de turismo en el cantón Ibarra 2010-2014	63
Gráfico 17. Lugar de procedencia	82
Gráfico 18. Lugar de procedencia	82
Gráfico 19. Edad	83
Gráfico 20. Tiempo de estadía	83
Gráfico 21. Tiempo de estadía	84
Gráfico 22. Tiempo de estadía	84
Gráfico 23. Condiciones higiénicas de restaurantes	85
Gráfico 24. Condiciones higiénicas de balnearios	85
Gráfico 25. Condiciones higiénicas de museos	86
Gráfico 26. Tiempo de estadía de áreas verdes	86
Gráfico 27. Atractivos naturales	87
Gráfico 28. Conservación de atractivos	87
Gráfico 29. Aspectos prohibitivos	88
Gráfico 30. Publicidad	88
Gráfico 31. Calificación de buses	89
Gráfico 32. Calificación de servicios de transporte	89

Gráfico 33. Calificación de servicios de ferrocarril.....	90
Gráfico 34. Calificación de Alojamiento.....	90
Gráfico 35. Calificación de Alojamiento.....	91
Gráfico 36. Calificación de Alojamiento.....	91
Gráfico 37. Servicios tecnológicos.....	92
Gráfico 38. Comparación de precios.....	92
Gráfico 39. Demanda de turistas.....	93
Gráfico 40. Capacitación del personal.....	93
Gráfico 41. Recomendación de mejoramiento.....	94
Gráfico 42. Gustos de los demandantes.....	94
Gráfico 43. Cultural.....	95
Gráfico 44. Natural.....	95
Gráfico 46. Mejoras en el aspecto ambiental.....	96
Gráfico 47. Estrategias para mejorar el aspecto administrativo.....	96
Gráfico 48. Ubicación.....	97
Gráfico 49. Sexo.....	97
Gráfico 50. Edad.....	98
Gráfico 51. Actividades de la empresa.....	98
Gráfico 52. Año de creación.....	99
Gráfico 53. Servicios que ofrece.....	99
Gráfico 54. Servicios que ofrece.....	100
Gráfico 55. Programa del GAD.....	100
Gráfico 56. Nivel de seguridad.....	101
Gráfico 57. Procesos de regulación.....	101
Gráfico 58. Promover el turismo por parte del GAD.....	102
Gráfico 59. Normas de higiene.....	102
Gráfico 60. Normas de higiene.....	103
Gráfico 61. Que se implementó en los últimos años.....	103
Gráfico 62. Financiamiento de la ampliación.....	104
Gráfico 63. Financiamiento de la ampliación.....	104
Gráfico 64. Preferencias de los clientes.....	105
Gráfico 65. Preferencias de los clientes.....	105
Gráfico 66. Preferencias de los clientes.....	106
Gráfico 67. Número de empleados.....	106

Gráfico 68. Capacitación de los empleados.....	107
Gráfico 69. Empleados titulados.....	107
Gráfico 70. Promoción de un sector turístico	108
Gráfico 71. Estrategias ambientales	108
Gráfico 72. Estrategias ambientales	109
Gráfico 73. Estrategias con talento humano	109
Gráfico 74. Estrategias de las autoridades	110

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuestas	73
Anexo 2. Encuesta aplicada a los turistas	82
Anexo 3. Encuesta aplicada a los dueños o administradores de los locales turísticos.....	97

RESUMEN

La presente investigación trata sobre la valoración económica del nivel de competitividad turística del cantón Ibarra en el periodo 2010-2014. Para determinar dicha valoración se basó en las siguientes variables: marco regulador, entorno comercial e infraestructura y los recursos humanos, naturales y culturales. Se planteó un objetivo general de determinar la valoración económica del nivel de competitividad turística y cuatro objetivos específicos. El tipo de investigación utilizado se determinó en base a teorías sobre el turismo, competitividad, valoración económica y estrategias; basado en artículos científicos, documentos del GAD Ibarra, informes del Ministerio de Turismo; los sujetos investigados fueron los 355 dueños de las empresas turísticas del cantón Ibarra, así como 23.336 turistas. Como técnicas de investigación se aplicó la encuesta dirigida a los propietarios de las plantas turísticas y a los turistas del cantón Ibarra. Los datos de turistas y propietarios de las empresas turísticas fueron tomados del Catastro de Establecimientos Turísticos del Cantón Ibarra (2015). Se utilizó el método de valoración de la competitividad turística, el cual califica el estado de los atractivos turísticos y sus características. Para la discusión de resultados se comparó la información obtenida de fuentes primarias con las consultadas en fuentes secundarias; se analizó las fortalezas y debilidades, criterios de valoración de competitividad, capital humano que es un factor fundamental y determinante. Se llegó a determinar que la competitividad turística juega un papel muy importante en la economía local, generando ingresos y mejores condiciones de vida a las personas que se benefician de la actividad turística, pero el cantón Ibarra ha tenido una tendencia a la baja de nivel de competitividad turística, a partir del año 2012 al 2014, lo que disminuye los ingresos de los operadores turísticos.

SUMMARY

This research involves the economic assessment about the tourism competitiveness in Ibarra city during 2010-2014. It was based on the following variables: regulatory framework, business environment, infrastructure, as well as cultural, natural and human resources. The first general objective was to measure the tourism competitiveness performance and its four specific goals. The used method was touristic-theoretical, it was based on competitiveness, economic assessment and strategies included the in scientific articles and in documents from GAD Ibarra archives and finally documentation found in the Department of Tourism of Ministerio de Turismo. 355 interviewed people are actual businessmen who own touristic business in Ibarra city, 23.336 respondent tourists had an important role play who participated in the surveys. Surely, as part of investigation techniques, these surveys were applied to the owners of touristic centers from Ibarra City. Data was obtained from tourism registry (2015)of Ibarra city. The tourism competitiveness assessment method was utilized in this study, which grades the condition of the touristic attractions and their features. The obtained information from primary sources was compared to obtain data from secondary sources, then strengths and weaknesses were analyzed, similarly competitiveness assessment criteria as well as human resources were vital and determinant factors. On balance, tourism competitiveness plays a fundamental role in the local economy by generating income, having a direct effect on those who are benefited from tourism activities thus improving their living conditions. Ibarra city has had a lower competitive tourism, particularly starting in 2012 through 2014 resulting in lower income for tour operators.



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Valoración económica del nivel de competitividad turística del cantón Ibarra en el periodo 2010-2014.

Antecedentes

El turismo se ha convertido en una de las principales actividades de progreso para los países, ya que no solo impacta al sector económico, sino que además influye en otros como el medio ambiente, mejorando los ingresos económicos de las personas que se hallan inmersas en esta actividad, el entorno del sitio donde se efectúa el turismo e incrementando la calidad de vida.

Ecuador, por sus atractivos naturales, variedad de culturas, clima agradable se ha convertido en uno de los destinos turísticos para visitantes nacionales e internacionales. El sector turístico va de la mano con los emprendimientos de las empresas que se dedican a esta actividad, ofreciendo alojamiento, alimentación, transporte, esparcimiento y diversión. (Gobierno Autonomo de San Miguel de Ibarra , 2016)

En la provincia de Imbabura, denominada la provincia de los lagos, se puede encontrar una gran variedad de atractivos y destinos turísticos, sitios famosos como, Otavalo, Lago San Pablo, Cotacachi, Laguna de Cuicocha, Ibarra, laguna de Yahuarcocha, laguna Mojando Cajas, Laguna de Cubilche, laguna de San Marcos, Loma de Guayabillas, parque Cóndor y Reserva Cotacachi Cayapas.

Todos estos sectores necesitan tener competitividad, basada en las características estructurales de los países, industrias y organizaciones. Desde un punto de vista opuesto al de número o resultados, la competitividad, dentro del marco de la eficiencia, se basa en ciertas capacidades de producción que tienen países, cantones, empresas y sectores. Es evidente entonces lo que sucede con las empresas turísticas, para tener éxito dentro del mercado turístico, todos los destinos deben asegurarse de que su atractivo general y la

totalidad de sus ofertas para los visitantes sean iguales o mayores que las que ofrecen otros destinos. (Gobierno Descentralizado San Miguel de Ibarra, 2017)

El cantón Ibarra, pese a contar con atractivos turísticos naturales, culturales y contemporáneos, no ha forjado una verdadera competitividad turística, ya que la capacidad de los destinos no ha generado valor agregado que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores. Aún hace falta realizar proyectos que permitan que el turismo tenga la capacidad de obtener rentabilidad y posicionarse en relación a sus competidores; para que cree valor agregado y por efecto aumente la riqueza local y nacional. (Ministerio de Turismo, 2016)

Situación actual

CATASTRO DE PLANTA TURISTICA DE GAD IBARRA

Hospedaje	cantidad	alimentación y bebidas	cantidad	Transporte	cantidad
Agencias de viajes	22	Bares	30	Transporte Turístico	3
Hostales	19	Discotecas	9		
Hostales Residenciales	21	Peñas	2		
Hosterías	9	Salas de Baile	1		
Hoteles	9	Cafeterías	23		
Hotel apartamento	1	Fuentes de Soda	28		
Hoteles Residencias	3	Restaurantes	128		
Moteles	2	Restaurantes Comida Típica	5		
Paraderos	1	Sala de Recepción y Banquetes	2		
Pensiones	4	Termas y Balnearios	2		

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra

<https://www.touribarra.gob.ec/esp/images/PDF/CATASTROT-2015.pdf>

Elaborado por: Cevallos Wilson

La planta turística con la que cuenta el cantón son: hoteles, hostales, hosterías, quintas y pensiones, diversa gastronomía, discotecas, clubes, peñas y bares; además tradiciones culturales como: La Cacería del Zorro, Inti Raymi, las artesanías de San Antonio. Su patrimonio: iglesias, restaurado tren el de la libertad; en aspectos arqueológicos y arquitectónico: Mirador San Miguel el Arcángel, y también naturaleza: laguna de Yahuarcocha, loma de Guayabillas, laguna de “El Cubilche. (GAD Ibarra)

Se puede evidenciar un promedio de visitas de 810.439 personas por año, encontrando hallazgos tales como: una pequeña disminución de visitas en el 2012, pero una preocupante disminución en el 2014 de 186.471 de visitantes que no se ha utilizado los servicios turísticos en el cantón Ibarra, a pesar del marketing All you need is Ecuador que lanzó el gobierno en el año 2014.

Tabla 1 Visitas de turistas

Años	I-Tur / Museo	Yahuarcocha	Total	Porcentaje	Diferencia
2010	738600	7954	746554	18,42%	
2011	861794	7581	869375	21,45%	122821
2012	851377	12944	864321	21,33%	-5054
2013	869450	9758	879208	21,70%	14887
2014	688858	3879	692737	17,10%	-186471
Total			4052195	100,00%	
Promedio			810439		

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra.

<https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/gestion-turistica/visitas-turisticas>

Elaborado por: Cevallos Wilson

En la actualidad no existe una cuantificación de los niveles de competitividad del turismo para conocer su verdadero aporte a la economía, para que los gobiernos propongan políticas que vayan en beneficio del turismo y la economía local, y con esto contribuir a la disminución de la pobreza. En necesario un cambio en el modelo de manejo actual del turismo para que se reconozca a esta actividad como una alternativa de generación de ingresos que permita tener sostenibilidad y sustentabilidad, mediante el mejoramiento de las condiciones que representan competitividad.

Prospectivas del problema

Al no realizar la presente investigación se desconocería los indicadores que determinan el nivel de competitividad y sus resultados como por ejemplo una política mal enfocada, perjudicando el ambiente de los sectores más sensibles de la riqueza natural del cantón Ibarra, el bajo nivel de seguridad en los sitios más visitados y el cuidado

pormenorizado de la preparación de los productos alimenticios y la salubridad de las empresas turísticas.

Otros indicadores que son de vital importancia y que no se conocerían si no se hace la investigación, son el entorno comercial y la infraestructura turística, que analizarán la capacidad física, tecnológica y la competitiva en precios que tiene el cantón Ibarra, para recibir a turistas tanto nacionales e internacionales.

La investigación basada en la competitividad turística del cantón se desarrollará analizando aspectos importantes a la hora de plantear estrategias competitivas, ambientales, de talento humano y económicas, además la adopción de políticas públicas, que apoyen a este sector importante para la generación e incremento del ingreso; esta investigación generará conocimientos cuantitativos y cualitativos; el GAD y diversas organizaciones solo están poniendo mayor atención en el número de turistas que ingresan, divisas que se generan por la actividad y distribución del gasto; sin embargo, no se han fijado en la importancia que tiene el aspecto de satisfacción en el turista cuando termina su visita o la medición de competitividad en relación al resto de ciudades, y de lo cual depende que el turista repita su visita, y recomiende a futuro a familiares y amigos o simplemente opte por visitar otro destino.

Formulación del problema

El desconocimiento del nivel de competitividad turística en el cantón Ibarra y bajo nivel de intervención pública a través de políticas enfocadas a la responsabilidad del ambiente, seguridad, salubridad y generación de empleo, podría causar una disminución en el atractivo turístico que ofrece la provincia y la falta de elementos que permitan tomar mejores decisiones de política pública.

Objetivos

Objetivo general

Determinar la valoración económica del nivel de competitividad turística del cantón Ibarra periodo 2010 - 2014.

Objetivos específicos

- Analizar las variables que intervienen en la valoración económica de la competitividad del sector turístico.
- Identificar las principales fortalezas y debilidades de los emprendimientos turísticos del cantón Ibarra.
- Conocer qué criterios de valoración de competitividad se aplican en el sector turístico del cantón Ibarra.
- Plantear estrategias sustentables de mejoramiento de los niveles de competitividad turística.

Hipótesis

En el cantón Ibarra existe un bajo nivel de competitividad turística lo que ocasiona una disminución en la generación de ingresos por esta actividad.

Justificación

La investigación se justifica debido a que el turismo en la actualidad se ha incrementado notablemente con una alta inversión del estado en promoción turística del Ecuador como la campaña “All you need is Ecuador” impulsada por el Estado a través del Ministerio de Turismo que gira en torno al concepto de que en Ecuador todo está cerca, como en ningún otro lugar del mundo.

Esta investigación pretende conocer la valoración económica del nivel de competitividad turística con la que cuenta el cantón Ibarra, para determinar cómo aporta el sector turismo a la economía local, y conocer cómo ha sido su evolución en los últimos cinco años.

Con el trabajo investigativo se beneficiarán directamente las personas que requieran emprender en proyectos turísticos, ellos contarán con información relevante y actualizada que les permita tomar decisiones, de esa manera se mejorará la calidad y

competitividad de los emprendimientos turísticos. Como beneficiarios indirectos se encontrarán las instituciones públicas de turismo al dar a conocer de forma general la información obtenida para las proyecciones futuras, así también los propietarios de la planta turística conocerán el aporte de la actividad turística a la economía del cantón Ibarra, el GAD a través del Departamento de Dirección de Gestión Turística cuya función es regular y controlar los establecimientos turísticos, gestión de recursos para consecución de proyectos, promoción turística, administración de espacios públicos y patrimoniales, promueve el desarrollo de proyectos turísticos en el ámbito cantonal y facilita la formación y capacitación turística. (GAD Imbabura, 2015)

La expectativa de esta investigación establece la valoración económica de la competitividad turística, que las personas involucradas en turismo puedan mejorar los pilares fundamentales como infraestructura, capacitación y atención al cliente que tiene el sector para que exista un crecimiento y además repotencializar un desarrollo sostenible. Así también de contar con una base teórica que permita sustentar otros estudios de similares características

Viabilidad

La investigación también se justifica debido a que va acorde a las normativas del país, como son: Constitución de la República del Ecuador, Plan Nacional de Buen Vivir y Ordenanzas, se encuentra involucrada con instituciones importantes del sector como son la Universidad Técnica del Norte y GAD de Ibarra, la aplicación de conocimientos adquiridos y la predisposición de los emprendimientos turísticos, quienes proporcionarán información relevante para su ejecución.

Matriz de operacionalización de variables

Objetivo general	Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente
Determinar la valoración económica del nivel de competitividad turística del cantón Ibarra periodo 2010 - 2014.	Analizar las variables que intervienen en la valoración de la competitividad del sector turístico.	Valoración de la competitividad del sector turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Marco regulador • Entorno comercial e infraestructuras. • Recursos humanos, culturales y naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentación bibliográfica
	Identificar las principales fortalezas y debilidades de los emprendimientos turísticos del cantón Ibarra.	Fortalezas y debilidades del sector turístico.	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento. • Legalización de emprendimientos turísticos. • Nueva infraestructura. • Tecnología turística. • Tecnificación del talento humano. • Sostenibilidad ambiental • Conservación cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentación bibliográfica • Entrevistas • Encuesta.
	Conocer que criterios de valoración de competitividad se aplican en el sector turístico del cantón Ibarra.	Valoración de la competitividad en el sector turístico de Ibarra	<ul style="list-style-type: none"> • Reglas, políticas y regulaciones. • Un ambiente sostenible. • Seguridad. • Salud e higiene. • Infraestructura turística. • Infraestructura de las Tics. • Competitividad de los precios. • Capital humano. • Recursos naturales. • Recursos culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentación bibliográfica • Entrevistas • Encuesta
	Plantear estrategias sustentables de mejoramiento de los niveles de competitividad turística.	Estrategias de mejoramiento para la competencia en el sector turístico.	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias ambientales. • Estrategias administrativas. • Estrategias para el talento humano. • Estrategias económicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentación bibliográfica • Documentación linografía • Entrevistas • Encuesta

Contenido de la investigación

En el capítulo I se analiza el problema que existe en el cantón Ibarra sobre la falta de competitividad turística para aprovechar los atractivos de la zona. En el capítulo II se describe los sectores de la economía del Ecuador, turismo y su clasificación, competitividad e índice de competitividad turística, regulaciones y políticas en el Ecuador, seguridad, salud, entorno comercial e infraestructura, competitividad de precios, recursos naturales y culturales, así como la valoración económica de la competitividad.

En el capítulo III se presentan los métodos documental-bibliográfico, descriptivo y método no experimental. Se aplicó instrumentos de investigación como entrevistas a encargados del departamento de turismo y departamento del ambiente, y encuestas a los turistas y a los propietarios o administradores de los servicios turísticos.

El capítulo IV contiene el análisis de resultados en donde se conoció que del total de plantas turísticas el 29% es alojamiento y 18%. El nivel de turistas e ingresos desde el año 2012 ha tenido un decrecimiento. Existe bajo nivel de aplicación de políticas públicas que vaya en beneficio de los grupos de interés y del medio ambiente.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Sectores de la Economía Ecuatoriana: una visión del sistema económico empresarial

En el Ecuador existen 842.936 empresas, de las cuales el 90.6% corresponde a las micro y pequeña empresa con ingresos menores a \$100.000 anuales, que generan de 1 a 9 fuentes de empleo; seguido se encuentra la mediana representada “A” con el 0.9% del total de empresas, generando ingresos anuales de entre \$100.000 a \$1.000.001, este grupo genera entre 10 a 49 plazas de trabajo; en un porcentaje menor las empresas medianas tipo “B”, con un aporte económico anual de entre \$2.000.001 a \$5.000.000; por último las grandes empresas representando al 0.5%, este grupo es el que más empleo genera con alrededor de 200 plazas de trabajo cada una.

Tabla N° 1 Empresas del Ecuador

Detalle	Nro. Empresas	% Total	Volúmene s de ventas anuales	Persona l ocupado
Microempresa	764.001	90,6%	Menor a 100.000	1 A 9
Pequeña empresa	61.987	7,4%	De 100.001 a 1'000.000	10 A 49
Mediana empresa "a"	7.733	0,9%	De 1'000.001 a 2'000.000	50 A 99
Mediana empresa "b"	5.156	0,6%	De 2'000.001 a 5'000.000	100 A 199
Grande empresa	4.059	0,5%	De 5'000.001 en adelante	200 en adelante
TOTAL	842.936	100,0%		

Fuente: Directorio de Empresas - DIEE 2015

Obtenido de:

http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true

Los bienes y servicios que generan las empresas ecuatorianas provienen de tres sectores: primario, secundario y terciario. El primario genera fuentes de empleo en el

sector agrícola y en la extracción de petróleo o crudo pesado, este sector comprende actividades que se sustentan en los recursos naturales; secundario o industrial en el que se desatacó la producción del mar, café elaborado, elaborados de cacao, harina de pescado otros elaborados, químicos y fármacos, manufacturas de metales sombreros manufacturas de textiles y terciario la comercialización y en especial el turismo.

Tabla N° 2 Empresas por actividades económicas del Ecuador 2015

Actividad Económica	Nro. Empresas	% Total
Comercio, reparación automotores y motocicletas	318.903	37,8%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	89.775	10,7%
Transporte y almacenamiento	88.442	10,5%
Industrias manufactureras	72.728	8,6%
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	63.696	7,6%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	53.945	6,4%
Otras actividades de servicios	37.424	4,4%
Construcción	29.583	3,5%
Actividades inmobiliarias	19.862	2,4%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	18.700	2,2%
Actividades de atención a la salud humana y asistencia social	17.595	2,1%
Enseñanza	11.580	1,4%
Artes, entretenimiento y recreación	6.202	0,7%
Información y comunicación	5.108	0,6%
Explotación minas y canteras	3.312	0,4%
Actividades financieras y de seguros	2.580	0,3%
Administración pública y defensa, seguridad social	2.468	0,3%
Distribución agua; alcantarillado, desechos y saneamiento	721	0,1%
Total	842.936	100,0%

Fuente: Directorio de Empresas - DIEE 2015

Obtenido de

http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true

En el Ecuador el sector comercio, reparación automotores y motocicletas representa el 37.8% del total de empresas existentes, seguido de la agricultura y pesca con el 10.7%, este es una parte dinámica y vital de la economía, empleadora de una fuerte proporción de la fuerza laboral, que representa casi el 40% de la población y aporta con alrededor del 50% de divisas para el país; el 10.5% transporte y almacenamiento; 8.6%

industrias manufactureras; y el 7.6% actividades de alojamiento y de servicio de comidas, en este grupo se encuentran incluidas las actividades de turismo.

Tabla N° 3 Estructura de empresas por sectores económicos micro, pequeñas, medianas y grandes empresas año 2014

Sector económico	No. Empresas	Porcentaje
Servicios	344.013	40,80%
Comercio	308.566	36,60%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	89.548	10,60%
Industrias Manufactureras	68.095	8,10%
Construcción	29.769	3,50%
Explotación de Minas y Canteras	3.653	0,40%
Total	843.644	100%

Fuente: Directorio de Empresas - DIEE 2015

Obtenido de

http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true

El 40.80% de empresas del Ecuador corresponden al sector servicios, seguido del 36.60% el comercio y en porcentaje menores a otras actividades como agricultura, industria, construcción y explotación de minas y canteras.

Tabla N° 4 Indicadores de servicios de alojamiento y alimentación 2015

Tamaño de empresa	S/ Al. Nacional	S /Al. Provincial	S / Alo. Cantonal
Microempresa	61075	2154	321
Pequeña empresa	2314	66	-
Mediana empresa "A"	179	5	-
Mediana empresa "B"	79	1	-
Grande empresa	49		-

Fuente: INEC

Obtenido de:

http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true

A nivel nacional el sector servicios de alojamiento y alimentación en el cual se encuentra el sector turístico, alberga a 63696 pequeñas, medianas y grandes empresas, de

las cuales el 3.49% se encuentran ubicadas en la provincia de Imbabura. De El turismo representa 2% del PIB y se ubica en el tercer rubro de las exportaciones no petroleras después del banano y el camarón.

Los principales productos de exportación provienen del campo como: banano, cacao, flores, café, plátano, mango, entre otros, en el año 2014 representaron el 17,14% de todas las exportaciones del país, estos sectores son generadores de empleo, abarcando el 25% de la PEA en el año 2014.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra (PDOT) (2015), el sector agropecuario o primario del cantón Ibarra, concentra al 11,61% del total de la PEA y representa a 9.367 habitantes. Tomando en consideración que el sector primario comprende actividades agrícolas, ganadería, silvicultura y pesca; Ibarra produce: choclo, fréjol, pimienta, aguacate, limón, ganado vacuno, entre otros para consumo de la localidad y sus alrededores.

De acuerdo a cifras del Banco Central del Ecuador (BCE), se estima que la industria tiene un PIB de USD13.484 millones en el año 2015, con una participación de 11,79% para 2014 y esta participación se incrementa a 12,01% en el 2015. Adicionalmente, a nivel promedio el sector industria creció en 4,6% anual, reflejando un importante nivel de dinamismo dentro de sus actividades (EKOS, 2015).

En el cantón Ibarra, según el PDOT, el sector industrial concentra el 19,38% del total del PEA que representa a 15.630 habitantes, este porcentaje es relativamente bajo ya que Ibarra no cuenta con una industria impulsadora y creciente, al no existir unidades industriales que generen gran cantidad de fuentes de empleo y transforme las materias primas que produce el sector primario, convirtiéndose en un lugar dedicado específicamente a la comercialización de diversos productos.

El sector servicios o terciario es el que engloba las actividades relacionadas con las labores materiales no productoras de servicios o bienes. Incluye subsectores como comercio, transportes, comunicaciones, centro de llamadas, finanzas, turismo, hotelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, presta el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención al cliente).

Los servicios aportan cerca del 60% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, según cifras del Banco Central del Ecuador (BCE), esta área genera cerca de 1,9 millones de empleos en el país, y en el mundo da trabajo al 54% de la población (Ministerio de Comercio Exterior, 2015).

En el cantón Ibarra el sector terciario abarca el 58,02% de la PEA, que representa a 46.855 habitantes. Se puede evidenciar que la mayor parte de la población que está en capacidad para trabajar, se dedica al comercio y a la prestación de servicios, uno de ellos es el turismo, al encontrarse inmerso en un territorio intercultural atrae al turismo.

Turismo

En la actualidad el turismo es un fenómeno cultural, social y económico, relacionado con el movimiento de las personas que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales, de negocios/profesionales o de esparcimiento. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (Organización Mundial de Turismo, 2013, pág. 86)

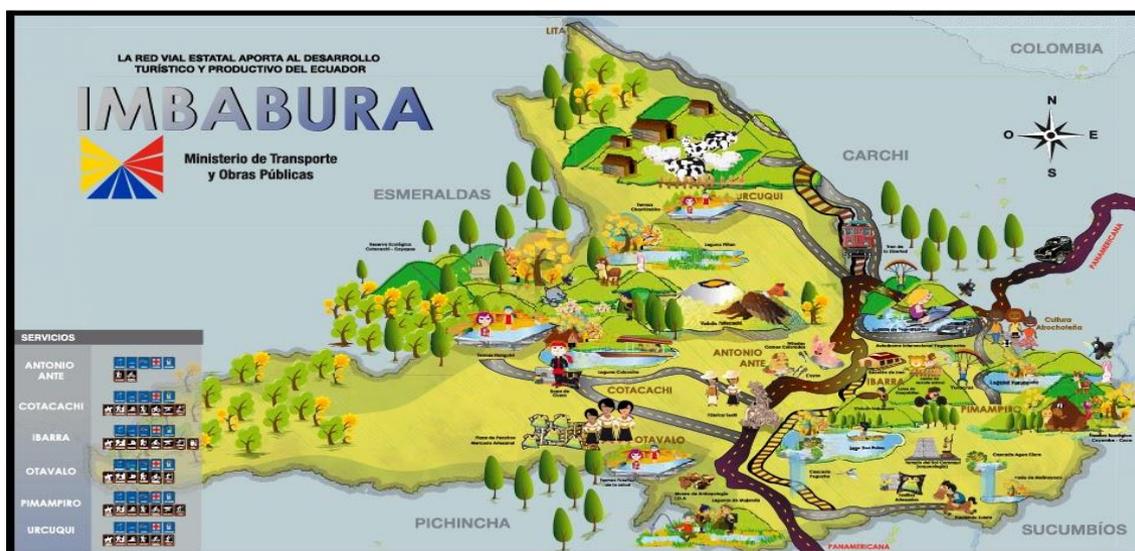
Turismo es el concepto que “comprende todos los procesos, en especial los económicos, que se manifiestan en la influencia, permanencia y regreso del turista hacía, y fuera de un determinado cantón, provincia o país” (Padilla, 2012, pág. 12)

Por la actividad turística, las personas ingresan de diferentes lugares, sean nacionales o internacionales, solicitando servicios que requieren en su vida diaria o visitando algún atractivo natural o cultural que posea el sector. En la actualidad existen personas que se deleitan de los atractivos, para salir del “stress” que habitualmente se encuentra en las ciudades grandes o países diferentes como Alemania, Colombia, etc. El principal motivo del turismo es el esparcimiento.

El turismo en el cantón Ibarra tiene un gran potencial, por su gran diversidad cultural, gastronómica, natural, deportes extremos y servicios. Por ejemplo, el Inty Rymi, San Juan, San Pedro y San Pablo, Laguna de Yahuarcocha, Loma de Guayabillas, Volcán Imbabura, Lagunilla El Cunro y Mirador del Arcangel; en este último se realiza

parapente, downhill: y en el centro de la ciudad expenden servicios de restaurante con la venta de los platos típicos como hornado, tortillas de papa, helados de paila, entre otros.

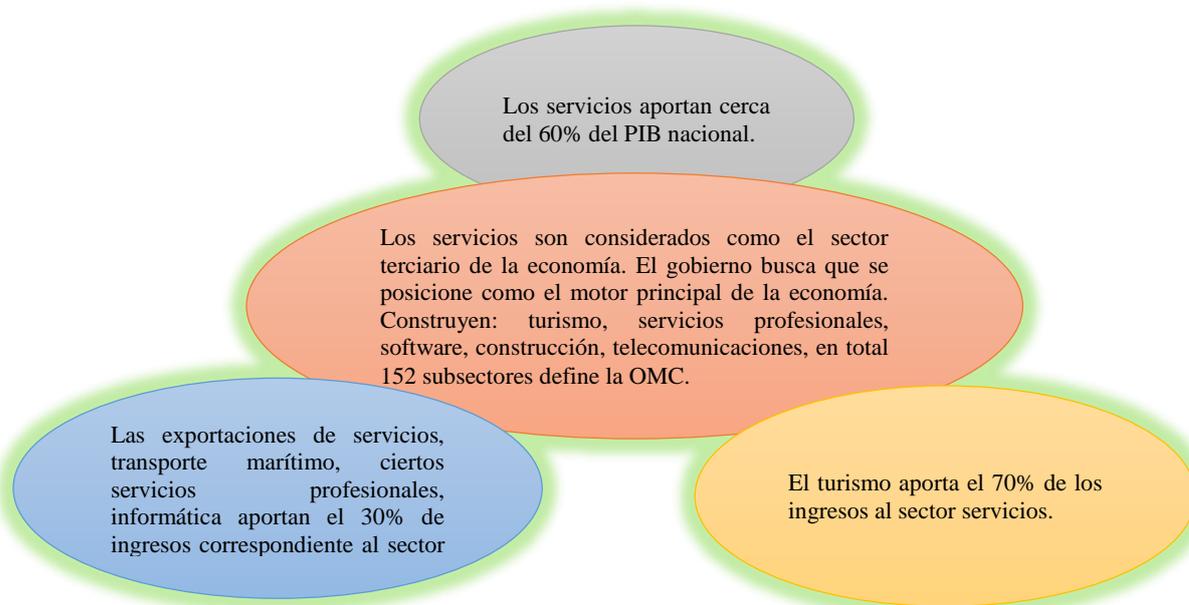
Gráfico 1 Mapa turístico de Imbabura



Fuente: (Ministerio de Turismo, 2016)

Obtenido de: <http://ecuadorteespera.blogspot.com/p/ruta-del-sol.html>

Gráfico 2 Sector terciario de la economía



Elaborado por: El investigador

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior

El turismo se clasifica en varias áreas dependiendo del tipo de actividad que se realiza y del lugar en donde se desenvuelve, entre ellos se encuentran: turismo sostenible, familiar, comunitario, ecológico, cultural, científico y gastronómico.

La Organización Mundial del Turismo, basada en el Informe Brundtland (1987), estableció en 1988 el principio del desarrollo sostenible del turismo, el cual es entendido como la actividad moderna en la gestión de los recursos: humanos, materiales, naturales y tecnológicos de manera que se satisfagan las necesidades económicas, sociales ayudando al mejoramiento de las condiciones de la población local y de la infraestructura que esta tiene, respetando la multiculturalidad, los procesos ecológicos sensibles de los lugares naturales, la diversidad biológica y los mecanismos de apoyo para las diferentes especies, por otra, responde a las necesidades de los turistas de las ciudades anfitrionas, al igual que protege y mejora sus oportunidades del futuro (Jiménez & Bulla, 2013).

El turismo en todo el mundo pone en evidencia la necesidad de avanzar hacia un modelo turístico sostenible, en tres dimensiones: económica, social y ambiental, que tenga en consideración la capacidad de carga de los distintos territorios de acogida, y que apueste por maximizar los efectos económicos de un bien escaso e imprescindible como es el suelo, preservado al litoral, sierra, archipiélagos, y selva, los recursos naturales y culturales sobre los que se asientan la viabilidad a corto, mediano y largo plazo del desarrollo turístico, esto pone en evidencia la responsabilidad social intrínseca dentro de la actividad turística (Escuela de Organización Mundial, 2010).

En el turismo familiar, los niños y jóvenes son el eje central, con frecuencia son ellos quienes condicionan las vacaciones de las personas adultas o mayores. Se trata de un nicho de mercado con enorme potencial, para esto las empresas de los sectores se esfuerzan por crear productos particularmente diseñados para este tipo de cliente.

El turismo comunitario hace referencia a la “actividad turística solidaria de algunos sectores del cantón Ibarra permite la participación activa de los comuneros desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio cultural, basado en un principio de equidad en distribución de los beneficios económicos” (Ruiz & Solis, 2011). Turismo comunitario es la asociación de los habitantes de la comunidad, deben tener control efectivo de sus actividades económicas asociada al aprovechamiento de las

actividades turísticas, con el objeto de mejorar su nivel económico, además de tomar en cuenta los requerimientos del medio ambiente, para encontrarse en sintonía con la naturaleza y la comunidad (Guevara, 2011).

El turismo ecológico se desenvuelve en espacios sensibles y protegidos, donde el hombre no ha dejado huella, o si lo ha hecho ha sido de forma mínima. Este tipo de clientes busca el acercamiento, conocimiento y vista del paisaje, de la flora y la fauna (Acuña, 2010). En una actividad que se efectúa en contacto con el ambiente bajo la premisa de la sustentabilidad” (Jiménez & Bulla, 2013). Este tipo de turismo se centra netamente en aprovechar los recursos naturales que tienen potencialidades para ser turísticos, generando ingresos para la localidad en un conjunto; de esta manera la naturaleza ayuda a que el hombre obtenga dinero a través de esta, pero a su vez no deteriore ni destruya su entorno natural.

El turismo cultural permite conocer las costumbres, las instituciones y la vida de los pueblos ancestrales, aspectos históricos, artísticos y arqueológicos o admirar grandes proezas humanas (Acuña, 2010). En el turismo cultural, las personas se desplazan con el fin de conocer diferentes culturas, idiomas, tradiciones, también por actualizaciones de conocimientos como congresos y seminarios que suelen dictar a nivel internacional.

En el turismo gastronómico, debido a que las personas se ven atraídas por visitar un sitio específico, los diversos platos típicos es lo que logra despertar el interés de las personas que visitan los sitios, ya que captura la esencia culinaria del lugar. La comida local da a conocer las actividades culturales de la zona, la forma en que se produce, cocina y se consume, da una idea acerca del quehacer de una población determinada. Por ello, la comida típica representa un rasgo de marca registrada, de ahí que los turistas se sienten interesados y atraídos. Los turistas por lo general suelen buscar un lugar acogedor que les brinde buena atención y comida, lugares atractivos para visitar. En esto la comida juega un papel importante, ya que es un aspecto que da una primera impresión y que no se debe descuidar, por cuanto es una parte importante que motiva a los turistas a volver a visitar la localidad. Un turista satisfecho atrae a otros más, es una fórmula que se está replicando exponencialmente y que no se puede dejar de desaprovechar.

Los platos típicos han adquirido fama internacional, ha pasa a ser una fuente de riqueza cultural que no se puede descuidar, la actividad turística depende en gran parte de este recurso; es así, que se deben crear estrategias que hagan posible una mejor promoción y difusión de los platillos tradicionales. La gastronomía está teniendo un auge importante y los países que sepan explotar adecuadamente este recurso logran obtener importantes ganancias y estabilidad económica (ESPE, 2014).



Fuente:<http://elnorte.ec/ibarra/actualidad/41867-ibarra-con-diversa-gastronom%C3%ADa.html>

Elaborado por: El Autor

El turismo científico, que es una modalidad de turismo cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas en lugares especiales como estaciones biológicas, yacimientos arqueológicos. En ocasiones existe la necesidad de viajar para observar in situ alguna realidad que es objeto de estudio. El turismo científico se realiza de forma individual o en pequeños grupos para evitar alterar el objeto de estudio en un entorno natural (Fundación Carlos Jlim, 2013). Es aquel que practica el visitante que complementa su tiempo de ocio con la visita a museos didácticos, centros de investigación y de interpretación, que realiza turismo industrial y que se interesa por espacios geológicos o naturales (Arboleda, 2015).

Teoría de Competitividad

Para Michael Porter la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos (de la que a su vez depende el precio) y de la eficiencia productiva. Por otro lado, la competitividad se presenta en industrias específicas y no en todos los sectores de un país (Porter, 2010)

Una aproximación a la competitividad Turística

Para tener éxito en el mercado es necesario que un destino turístico asegure que los atractivos generales y todas las experiencias que ofrece a los visitantes sean mejores a las que ofrecen los otros destinos. Esta definición contempla la competitividad del destino. (Kim & Dwyer, 2013)

La competitividad de los destinos turísticos ha adquirido una creciente importancia para quienes aplican políticas que trabajan para el mercado turístico. En este ámbito, las metodologías de evaluación de la competitividad han adoptado una perspectiva *ex-post* (gastos medios de los turistas o tasa de permanencia) privilegiando las medidas de desempeño o las situaciones pasadas lo cual genera un punto de vista estático. Se le presta poca atención a la creación de condiciones que permitan generar o mantener esa competitividad, induciendo al surgimiento de políticas públicas oportunistas sin visión de futuro (Peña, 2012).

Turismo Sostenible

Turismo sostenible La Organización Mundial del Turismo, basada en el Informe Brundtland (1987), estableció en 1988 el principio del desarrollo sostenible del turismo, el cual es entendido como la actividad moderna en la gestión de los recursos: humanos, materiales, naturales y tecnológicos de manera que se satisfagan las necesidades económicas, sociales ayudando al mejoramiento de las condiciones de la población local y de la infraestructura que esta tiene, respetando la multiculturalidad, los procesos ecológicos sensibles de los lugares naturales, la diversidad biológica y los mecanismos de apoyo para las diferentes especies, por otra, que responde a las necesidades de los

turistas de las ciudades anfitrionas, al igual que protege y mejora sus oportunidades del futuro. (Hernando Jimenez & Bulla, 2013, pág. 79)

Competitividad turística

La competitividad turística engloba los conceptos de productividad, eficacia y rentabilidad a los cuales se anexa el de mejora en la calidad de vida. La competitividad es un concepto económico que se puede definir como la capacidad que tiene una empresa o territorio para insertarse en nuevos mercados al tiempo que conserva las cuotas de mercado obtenidas en el pasado, de forma eficaz, alcanzando con ello un aumento de la productividad y la rentabilidad (Peña, 2012).

Dicho de otra forma, una empresa, un sector o un territorio son competitivos cuando consiguen insertarse en nuevos mercados y conservar los ya obtenidos elevando su productividad y su rentabilidad, porque han logrado diferenciarse de sus competidores o rivales; o sea, porque cuentan con un conjunto de ventajas competitivas.

Desde la bibliografía académica se concibe como competitivo aquel destino turístico que tiene la capacidad por un lado de atraer a la demanda potencial y por otro la de motivar a su demanda real a repetir la visita, incrementando así su productividad y rentabilidad. Los destinos turísticos deberán crear nuevas ventajas competitivas para competir con sus rivales en un mercado, al que las nuevas tendencias de consumo muestran altamente diversificado en segmentos cada vez más diferenciados, requiriendo para ello la implementación de estrategias de diferenciación; por lo tanto, a mayor diferenciación, mayor cuota de innovación.

La capacidad de innovación que desarrolla un destino se constituye en un parámetro a tener en cuenta al momento de evaluar y diagnosticar la competitividad de los mismos (Puccio y Grana, 2008). Para medir la competitividad turística se emplea el Índice de Competitividad Turística (ICT), es un análisis detallado de varios parámetros que identifican el contexto interno de cada país.

En vista de que el turismo es un sector importante para el desarrollo de la economía en cualquiera de los países, es imprescindible destacar que los planes

estratégicos del marketing plantean objetivos y proponen estrategias que fortalecen la industria turística y por medio de su ejecución se aspira a obtener beneficios sociales y económicos que sitúan a los países en el ranking de competitividad.

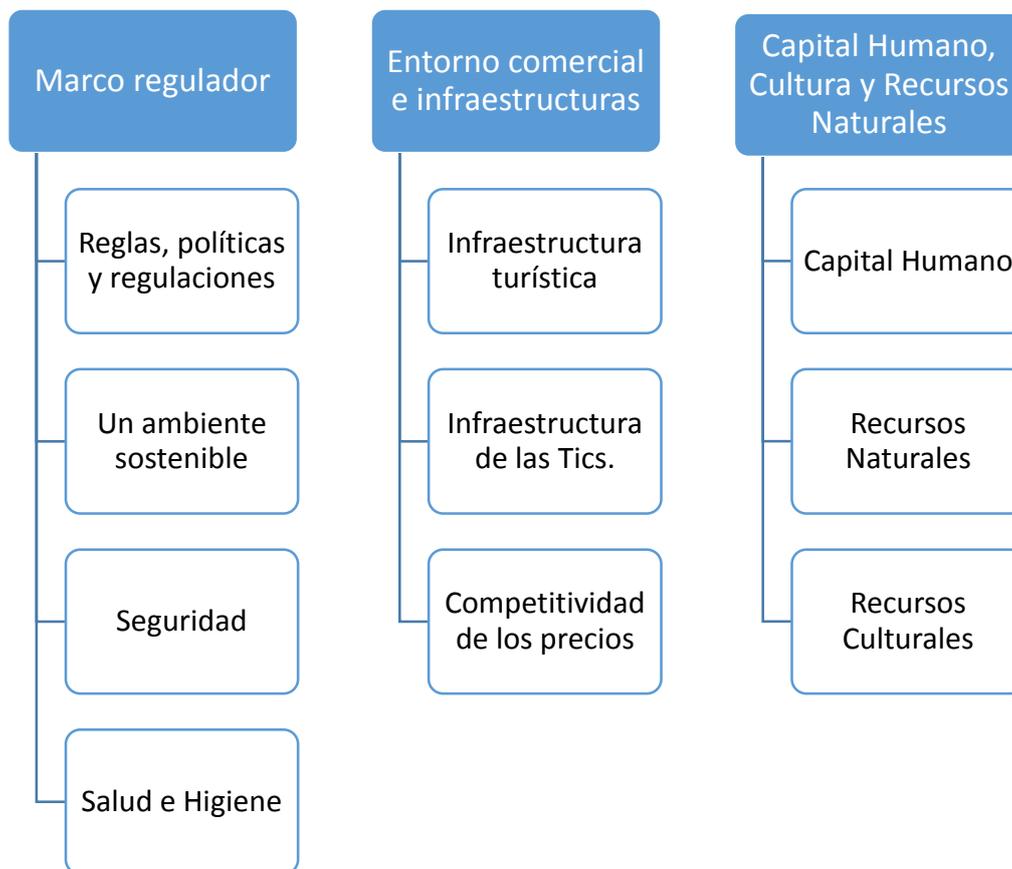
La manutención de la industria turística es algo que los países en desarrollo y los desarrollados deben tener en cuenta debido a la importancia que tiene el sector en la economía de cada uno. El fortalecimiento del sector turístico garantiza la creación de plazas de trabajo, incrementa los ingresos nacionales y beneficia de manera general la competitividad de las economías y no solamente eso, la industria es flexible, lo que significa que se adapta a los cambios constantes del contexto internacional (Blanke, J; Chies, 2013, pág. 15).

El ICT permite a los gobiernos del estado y empresarios tener un mayor entendimiento de los desafíos y riesgos del desarrollo de la industria, así como también ofrecen herramientas útiles para crear políticas y planes de desarrollo que respondan a las necesidades del país. Una de estas herramientas es la evaluación comparativa mundial que facilita la toma de decisiones y resalta los obstáculos que no permiten el desarrollo correcto de la industria y requieren atención política, como por ejemplo la vinculación entre el sector público y privado para potenciar la capacidad del turismo (Blanke, J; Chies, 2013).

También el ICT actúa como un instrumento para identificar debilidades y falencias que existen en la industria turística del país, permitiendo comprender el comportamiento de los turistas y sus necesidades, esa información posibilita la creación de planes y estrategias a largo plazo que ayudarán a direccionar el sector.

El contenido del ICT se divide en 3 categorías principales que expresan el nivel de desarrollo de los países. Estas categorías están vinculadas directamente con la actividad turística y con las implicaciones de viajar y se dividen en: 1.- El Marco regulatorio, (elementos políticos o de competencia estatal) 2.- La infraestructura y 3.- El ambiente de negocios, (entorno interno y externo de las empresas turísticas), Capital Humano, Cultura y Recursos Naturales, los cuales a su vez se dividen en 14 subcategorías (Blanke, J; Chies, 2013).

Gráfico 3 Índice de competitividad turística



Fuente: World Economic Forum 2013
Elaborado por: El autor

Marco regulador del turismo

El marco regulatorio refleja las normas utilizadas por los países y permite entender el funcionamiento político de cada uno. La subcategoría de normas y regulaciones revela el ambiente político y el desarrollo del sector, en este sentido los gobiernos tienen la capacidad de generar un impacto profundo dependiendo de si las políticas utilizadas brindan apoyo o dificultan el desarrollo de la industria en sí. En algunos casos las políticas, aunque bien intencionadas terminan generando obstáculos que producen un efecto contrario para el que fueron creadas (Blanke, J; Chies, 2013).

La subcategoría de normas y reglamentos también toma en cuenta las condiciones generadas por los países para incentivar la inversión extranjera, la adquisición de propiedades para empresas internacionales, así como la protección de derechos de propiedad, el tiempo y los costos necesarios para la creación de un negocio, las

dificultades a las que se enfrentan los visitantes al entrar a un país a causa de la imposición de visas, la cantidad de acuerdos bilaterales en materia de servicios aéreos y el número de compromisos adquiridos con la Organización Mundial de Comercio para la apertura de servicios turísticos en virtud del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (Blanke & Chiesa, 2013).

Este descriptor de competitividad mide el grado de las regulaciones ambientales del gobierno de cada país, así como la descripción en que realmente son ejecutadas. Considerando que el sector turístico en si trae impactos ambientales, este indicador toma en cuenta el grado en el que los gobiernos apoyan el desarrollo de la industria turística en su economía, el mantenimiento en pie de los bosques, la disminución de emisión de dióxido de carbono y la cantidad de flora y fauna en extinción (Blanke & Chiesa, 2013).

El sector turismo en el Ecuador se rige a las leyes y políticas impuestas por la Ley de Turismo (2008), que tiene por objeto determinar el marco legal que rige para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

En lo que se refiere a normativas técnicas y reglamentación en el Ecuador, el Ministerio de Turismo posee tres documentos: a) Reglamento General de Actividades Turísticas, b) Reglamento para Transporte Terrestre Turístico y c) Reglamento para Centros de Turismo Comunitario (Ministerio de Turismo, 2015).

En la actualidad mantener un control efectivo y eficaz de las actividades turísticas se dificulta por el escaso personal que existe en las dependencias del Ministerio de Turismo, llegando a un promedio de 11.000 establecimientos turísticos controlados en el año 2012 de un total de 18.615 registrados, lo que representa el 62% del total; para el año 2013 se han controlado alrededor de 10.458 establecimientos que corresponden al 50,93% de la planta turística de 20.532 establecimientos registrados, y hasta noviembre del 2014 se han controlado 3.451, los mismos que representan el 14,81% del catastro nacional, que corresponde a 23.290 establecimientos turísticos (Ministerio de Turismo, 2015).

Las personas necesitan saber acerca de las áreas naturales del sector de estudio que son importantes para mantener la riqueza turística del país, ya que estas representan

destinos atractivos para el turista, no obstante las políticas dirigidas a mejorar la sostenibilidad ambiental son trascendentales, para asegurar que Ecuador continúe siendo un destino multi diverso concentrado en un territorio relativamente pequeño pero con atractivos con una ventaja comparativa obteniendo competitividad con otros países de la región (Blanke & Chiesa, 2013).

Las personas priorizan la seguridad en el sector donde viven y sobre todo los turistas necesitan estar seguros en los países donde llegan. Los índices delincuenciales es un factor determinante en la competitividad de la industria turística. Los turistas se abstienen de viajar cuando su destino son países o regiones peligrosas, lo que contrae el desarrollo del turismo en estos territorios. Los elementos que se toman en cuenta para este indicador son el número de trasgresiones comunes y el porcentaje de conmoción de la sociedad en el país receptor, así como la disminución del tiempo de respuesta de los servicios policiales para proveer protección a los ciudadanos en incidentes (Blanke & Chiesa, 2013). En el Ecuador se cuenta con 1.077 policías del servicio urbano, rural y tránsito a nivel nacional, capacitados en temas de información y seguridad turística en las provincias de mayor afluencia, dentro de éste número no se toma en cuenta a los miembros del Grupo de Operaciones Especiales, este último grupo tuvo varios talleres de capacitación especializados en rescate en montaña y primeros auxilios en zonas agrestes, a los cuales se fortaleció los conocimientos necesarios para acceder, operar y dirigir exitosamente un rescate de turistas tanto nacionales como extranjeros (Ministerio de Turismo, 2015).

En el año 2010, se firmó un acuerdo interministerial entre el Ministerio del Interior, el de Relaciones Exteriores, de Turismo y el Coordinador de Seguridad Interna y Externa con el fin de conformar el Comité Interinstitucional de Seguridad Turística. Existe un convenio de protección y seguridad al turismo nacional y extranjero firmado por el Ministerio de Turismo y el Ministerio del Interior; además un convenio con la Cruz Roja Ecuatoriana que permitió coordinar entre las dos instituciones los operativos de seguridad realizados por personal de la Cruz Roja Ecuatoriana antes de un feriado, así también el ECU 911 interviene mediante la coordinación interinstitucional en temas de seguridad turística y apoyo en operativos de control. (Ministerio de Turismo, 2015).

Los indicadores de salud e higiene son importantes para valorar la competitividad del turismo, la mayoría de turistas toman en cuenta este factor como una necesidad básica para dirigirse a un sitio, por tanto, se debe contar con el equipamiento sanitario pertinente y en buen estado con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas. El acceso al agua potable y la sanidad son prioridades para garantizar la salud e higiene de los viajeros. En el caso de que una calamidad que pueda suceder a cualquier visitante, el sector salud del país debe asegurar que serán debidamente atendidos con los cuidados necesarios y existirá la disponibilidad de médicos, camas hospitalarias de forma rápida y oportuna (Blanke & Chiesa, 2013).

A nivel nacional, la población ecuatoriana presenta el 60.1% de pobreza por necesidades básicas insatisfechas (NBI) como el acceso a la educación, saneamiento, salud, vivienda y servicios básicos, en este último se considera a la población como pobre si no tiene acceso a condiciones sanitarias de la vivienda como servicio higiénico y agua potable (INE, 2010).

Entorno comercial e infraestructura

En la industria turística la infraestructura comercial juega un papel muy importante ya que el turista requiere de productos para satisfacer las necesidades, además los hoteles y restaurantes son indispensables para la estadía.

En el Ecuador el transporte aéreo más cercano del norte del país es el aeropuerto Mariscal Sucre en Quito, proporciona la facilidad de acceso de turistas al país, así como su movimiento interno. Este indicador define la cantidad de transporte aéreo medido por la disponibilidad de asiento– kilómetro, el número de salidas, la densidad del aeropuerto, el número de aerolíneas que operan en dicho espacio, la calidad de la infraestructura del transporte aéreo tanto para vuelos nacionales como para internacionales. El complemento del transporte aéreo es la infraestructura terrestre, siendo vital para facilitar la movilidad interna, parámetro que toma en cuenta el estado de las carreteras y ferrocarriles, así como el grado en que la red de transporte nacional en su conjunto ofrece eficiencia y accesibilidad a los principales centros de negocios y atracciones turísticas (Blanke & Chiesa, 2013).

La infraestructura turística y de las TICs, tiene varios aspectos a tomar en cuenta como es la industria hotelera, el número de habitaciones por hotel, la presencia de principales empresas de alquiler de autos en el país, así como la disponibilidad de infraestructura financiera que permita a los turistas tener acceso a sus cuentas bancarias internacionales por medio de cajeros automáticos o ATMs (Blanke & Chiesa, 2013)

Los recursos electrónicos en un lugar turístico son indispensables debido a que los turistas deben mantenerse comunicados. La capacidad del país en obtener o desarrollar tecnología depende directamente de su nivel de progreso, sin embargo, contar con estos recursos facilita el trabajo de todos los actores y genera beneficios para el avance de cualquier industria.

El precio es un elemento importante a tener en cuenta debido a que al ofertar servicios o productos con precios moderados como, por ejemplo: alimentos y actividades turísticas aumenta el flujo de visitantes o turistas en los países, incentivando a escoger un destino. Los factores tomados en cuenta para definir este indicador son el grado en el que los bienes y servicios en el país son racionalmente comercializados en comparación con otros lugares con similares características, esto se califica en consideración del poder adquisitivo nominal y real del mercado turístico, los impuestos del pasaje aéreo e impuestos aeroportuarios, los precios de la alimentación, combustible relativo al transporte que se utiliza y el costo relativo de alojamiento (Blanke & Chiesa, 2013)

Los precios del sector turístico están determinados por la empresa más representativa que brinde bienes o servicios, por el nivel de ingresos y cuanto destinan al esparcimiento y recreación, de esta manera se podrá observar los precios competitivos que atraen una mayor cantidad de demandantes, sin embargo es decisión de cada empresa a cual segmento del mercado desea atraer, de esto dependerá la receptibilidad turística y su capacidad de gasto, lo que es directamente proporcional al ingreso percibido por el sector.

Capital humano, cultural y recursos naturales

El capital humano es un referente para la evaluación del nivel de competitividad turística ya que depende del grado de conocimiento y capacitación del personal para tener

una mayor capacidad productiva, también es un indicador de competitividad, ya que un buen trabajador permite el desarrollo y crecimiento de la empresa y la industria turística y de la economía del país. Los factores a tomar en cuenta para definir este indicador son: la tasa de logros educativos en primaria y secundaria, la calidad general del sistema de educación de cada país y la disponibilidad de servicios de capacitación especializada proporcionados por el sector público y privado para la formación y mejora del personal (Blanke & Chiesa, 2013).

Para la contratación de mano de obra disponible en el mercado laboral se debe tomar en cuenta las normativas y regulaciones laborales internas que facilitan o dificultan su contratación. Otros factores que también se consideran son la seguridad social de los empleados, la esperanza de vida general del país en un caso dado puede incidir en las empresas (Blanke & Chiesa, 2013).

El capital humano es el inicio y fin, el factor más importante para alcanzar las metas de cualquier planificación, un personal capacitado y contento con su remuneración y beneficios avala un trabajo de calidad respondiendo así mismo a las premisas del marketing social, el cual vela por el bienestar de la población local.

Los países que tienen la capacidad de ofrecer recursos naturales a los viajeros que poseen una clara ventaja comparativamente con respecto a otros países. Los elementos que se incluyen en este indicador son: el número de atractivos ambientales, sitios naturales proclamados patrimonio mundial, las medidas de la calidad del medio ambiente natural, la riqueza de la fauna y flora, y el porcentaje de áreas protegidas a nivel nacional (Blanke & Chiesa, 2013).

En cuanto a los recursos culturales se considera el número de lugares culturales proclamados patrimonio mundial por la UNESCO, identidad cultural, el número de ferias y exposiciones locales e internacionales celebradas en el país, así como la medida de las exportaciones de las industrias creativas que genera una idea de la riqueza cultural de cada país (Blanke & Chiesa, 2013). Los turistas buscan visitar lugares diferentes a su habitad o realidad con los que no están familiarizados, tener experiencias variadas y compartir con personas con diferentes maneras de hacer las cosas o asistir a festividades

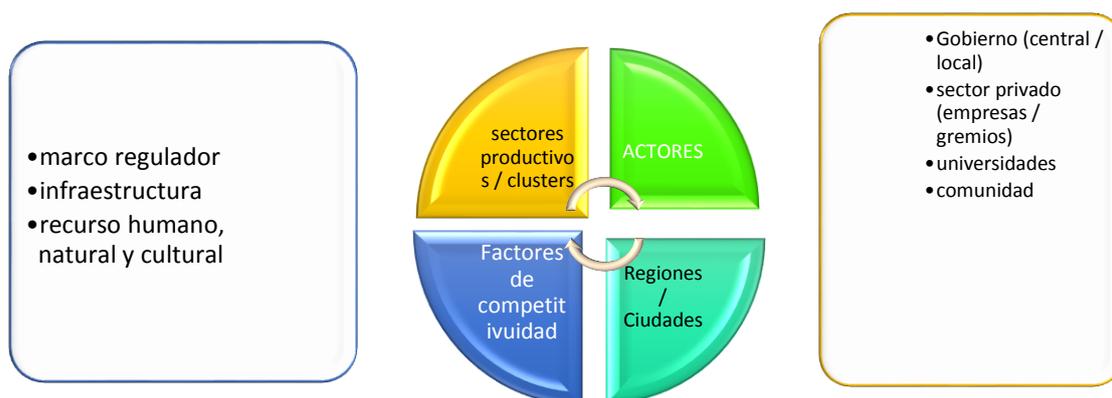
locales. Todas las riquezas culturales o naturales, si no se preservan significarían una disminución de la productividad y el desarrollo del país.

Valoración Económica de la Competitividad

Normalmente, se tiende a valorar la competitividad desde el punto de vista empresarial, hablando de empresas competitivas, al comparar su posicionamiento en el mercado con respecto a otras. Sin embargo, la valoración de la competitividad global suele referirse a una economía en su conjunto, ya sea la de un país o la de una región.

El avance de la globalización y de la internacionalización hace imprescindible valorar la evolución de las distintas economías desde el punto de vista de su capacidad de competir en los mercados internacionales. Evidentemente, a este hecho se une la comparativa de sus trayectorias económicas y su potencialidad de crecimiento. Para valorar la competitividad de una economía se recurre tradicionalmente al análisis de variables relacionadas con precios, costes, productividad, especialización productiva y orientación geográfica de los canales comerciales (López, Méndez, & Tacero, 2007, pág. 2).

Gráfico N° 1 Red de la competitividad



Fuente: <http://elnorte.ec/ibarra/actualidad/41867-ibarra-con-diversa-gastronom%C3%ADa.html>

Elaborado por: El Autor

Los actores intervinientes en la valoración económica de la competitividad turística son: el gobierno a través de la formulación de políticas de estado, empresas públicas y privadas mediante el accionar empresarial, universidades mediante la concientización que conlleve a mejorar y mantener los atractivos turísticos y la comunidad porque es partícipe de la actividad turística.

Para mantener un nivel de competitividad turística es necesario aplicar una estrategia competitiva, tratando de buscar una posición que haga competitiva al sector turístico. La estrategia competitiva trata de establecer una posición provechosa y sostenible contra las fuerzas que determinan la competencia en el sector turístico; la estrategia competitiva tiene como propósito definir qué acciones se deben emprender para obtener mayores resultados en cada uno de los negocios del sector turístico. En cierto sentido el producto juega un papel de enlace entre oferta y demanda, por lo que el éxito al que se hace referencia está condicionado por la capacidad de la empresa para superar a la competencia y desde luego, por la bondad del producto desde la perspectiva del cliente (Monge, 2010).

En estos términos, la concepción de la estrategia competitiva descansa en el análisis de tres partes clave:

- Sector industrial turística: Naturaleza de los rivales y capacidad competitiva
- Mercado: Necesidades y preferencias del consumidor
- Perfil del producto: Precio, calidad, servicio, etc.

Estrategias Ambientales y Sostenibilidad.

El turismo sostenible en su sentido más puro, es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y la cultura local, al tiempo que contribuye a generar ingresos y empleo para la población. El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro.

Las estrategias están enfocadas hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas y sociales, y a la vez que respeten la

integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas racionales que impulsa la vida.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), los principios que define el turismo sostenible son:

- Se conservan los recursos naturales y culturales para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;
- La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial;
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad (Tapia, 2011).

Estrategias Administrativas.

Las estrategias que puede adoptar una empresa turística son:

- a) La primera, se refiere a las acciones que realiza la empresa, a nivel interno, para lograr su permanencia en el mercado y obtener utilidades (Gestión de rutinas y procesos; de mejora continua y del capital humano).
- b) La segunda, las acciones que le permiten adecuarse a su entorno (Gestión de mercado-cliente) ante cambios en la legislación o acciones de la competencia o nuevos entrantes a nivel de su mercado local.
- c) La tercera, se refiere a las acciones que pueden adoptar las empresas para conformar alianzas con entidades públicas y privadas para elevar su calidad en la gestión y el liderazgo, su organización y la voluntad interna de comportarse como una empresa turística, definiendo claramente su visión y por tanto ser más competitiva (Características y vocación turística); todo ello tiene como resultado obtener mayores utilidades (Evaluación de beneficios), que es resultado de la aplicación de un conjunto de acciones que se denomina la estrategia competitiva.

Desde el enfoque económico de oferta y demanda, se puede agrupar en:

- a) La que se refiere a los emprendedores o empresarios (oferentes), que agrupa a todas las acciones internas que realiza cada empresa para ser más productiva, lo cual se relaciona con la calidad del servicio, cantidad y precio.
- b) La que está relacionada con los consumidores (demandantes) y se refiere a la satisfacción del cliente (Gestión de mercado-cliente) (Ruiz, Vargas, Rodríguez, Merino, & etal, 2014).

Estrategias para el Talento Humano.

Los conocimientos, habilidades y actitudes de los trabajadores y como estos trabajan son aspectos vitales para cualquier empresa, en especial para las Pymes. El éxito de estas viene del capital humano y por ello es necesario contar con adecuadas políticas de gestión, que promuevan la motivación del personal a través de la distribución de la riqueza y una adecuada gestión de la formación del personal, para lograr que esté lo suficientemente cualificado para los retos de la organización. Una organización que busque el éxito deberá prestar atención a la capacitación permanente de las personas.

La gestión del capital humano, concebida de esa forma, logra la satisfacción de los empleados, que se genera por el ambiente interno de la empresa y del servicio que realiza. La calidad interna del servicio implica un ambiente laboral agradable, en el cual los empleados se sientan motivados por su trabajo, se reconoce el esfuerzo que realizan y los resultados que logran, y exista una buena relación entre cada persona que integra la empresa. Esta calidad de vida laboral permitirá al empleado sentirse satisfecho con su trabajo, fidelizarse a la empresa y reflejar estas sensaciones positivas en la atención con los clientes, lo que redundará en resultados positivos para la empresa.

Las preguntas que se consideran están relacionadas con los métodos de reclutamiento del personal; con el desempeño del personal; preguntas relacionadas a la capacitación y, por último, preguntas de rotación de personal (Ruiz, Vargas, Rodríguez, Merino, & etal, 2014, pág. 43).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Tipo de investigación

La investigación partió del planteamiento del tema y problema lo que condujo a determinar el enfoque de investigación, siendo este el cuantitativo; el enfoque cualitativo permitió determinar la hipótesis planteada conociendo que el cantón Ibarra tiene un bajo nivel de competitividad turística ocasionando un descenso en los ingresos a los propietarios de las plantas turísticas. Esta hipótesis fue comprobada a través de la utilización de la estadística descriptiva, analizando los ingresos del sector turismo en el periodo 2010 -2014, donde se observa que, a partir del año 2012, existe una tendencia a la baja de ingresos por la caída del nivel de turistas que ingresan al cantón, esto a causa de varios factores como la apreciación del dólar y la depreciación de la moneda colombiana.

El enfoque cualitativo fue empleado para describir características del objeto de estudio como las vías de acceso, encontrándose en buen estado, especialmente las de primer orden; condiciones higiénicas de las plantas turísticas, siendo estas muy buenas; nivel de conservación del atractivo, encontrándose en un nivel medio por lo que es necesario su restauración y mantenimiento; el servicio de transporte como buses, taxis y ferrocarril, considerado como bueno, con ciertas deficiencias en el transporte público (buses); los servicios de alimentación, alojamiento, áreas de esparcimiento y servicios tecnológicos, se conservan en buen estado.

Para llevar a cabo la investigación, mediante el enfoque cuantitativo se aplicó una encuesta estructurada de 23 preguntas cerradas, dirigida los propietarios de las plantas turísticas y un cuestionario de 17 preguntas cerradas a los turistas del cantón Ibarra. Por otro lado, el enfoque cualitativo permitió establecer una entrevista porque este instrumento es más flexible que permitió recolectar características de los investigados.

La investigación determinó bases teóricas sobre: turismo, competitividad, valoración económica y estrategias; basado en artículos científicos documentos del GAD

Ibarra, informes del Ministerio de Turismo, revistas como EKOS (2015), estas fuentes contribuyeron a determinar el primer objetivo específico de la investigación que fue analizar las variables que intervienen en la valoración económica de la competitividad del sector turístico. La investigación desarrollada es una serie de tiempo porque valoró económicamente la competitividad turística del cantón Ibarra en el periodo 2010 – 2014.

Para el análisis de factores de competitividad turística del cantón Ibarra, se utilizó el método de valoración de la competitividad que establece una calificación de la variable analizada de 4 a 1, siendo 4 el valor más alto, y peso ponderado que va de 0 a 1, 1 es el peso que mayor representación tiene dentro del análisis de las variables; esto con el fin de conocer qué sectores turísticos tienen mayor representación turística a nivel provincial.

Los sujetos investigados fueron: 355 dueños de las empresas turísticas del cantón Ibarra, turistas del cantón Ibarra, autoridades sectoriales y ministeriales. Los datos de turistas y propietarios de las empresas turísticas fueron tomados del Catastro de Establecimientos Turísticos del Cantón Ibarra (2015). Se utilizó el muestreo aleatorio simple para la aplicación de las encuestas de turistas y propietarios de las plantas turísticas, siendo este el más accesible ya que los sujetos de estudio tuvieron la misma posibilidad de ser analizados.

a) Dueños de las empresas turísticas:

$$n = \frac{355 \times 0,5^2 \times 1,96^2}{(355 - 1)0,05^2 + 0,5^2 \times 1,96^2}$$

$$n = \frac{355 \times 0,25 \times 3,8416}{(354)0,0025 + 0,25 \times 3,8416}$$

$$n = \frac{340,942}{0,885 + 0,9604}$$

$$n = \frac{340,942}{1,8454}$$

$$n = 184,75 \cong 185$$

Tabla 2 Población de las empresas turísticas del cantón Ibarra

Parroquias	UST	% UST	Muestra	Muestreo en cada parroquia
Ibarra	327	92,11%	185	170,00
Ambuqui	14	3,94%		7,00
Angochagua	1	0,28%		1,00
Carolina	1	0,28%		1,00
Salinas	2	0,56%		1,00
San Antonio	10	2,82%		5,00
Total	355	100,00%		185,00

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Ibarra, 2015)

b) Turistas del cantón Ibarra

$$n = \frac{N \times \sigma^2 \times Z^2}{(N - 1)\varepsilon^2 + \sigma^2 \times Z^2}$$

$$n = \frac{23.336 \times 0,5^2 \times 1,96^2}{(23.336 - 1)0,05^2 + 0,5^2 \times 1,96^2}$$

$$n = \frac{23.336 \times 0,25 \times 3,8416}{(23.335)0,0025 + 0,25 \times 3,8416}$$

$$n = \frac{22411,8944}{58,3375 + 0,9604}$$

$$n = \frac{22.411,8944}{59,2979}$$

$$n = 377,95 = 378$$

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Caracterización del turismo en el cantón Ibarra

Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita.

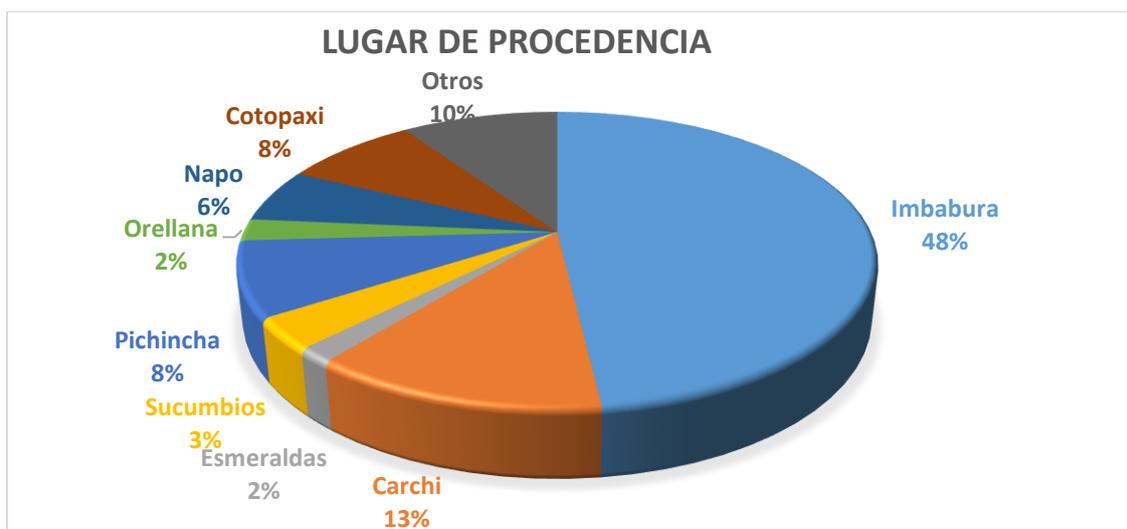
El cantón Ibarra cuenta con atractivos turísticos en los que se destacan las parroquias rurales con el turismo comunitario; iglesias con infraestructura colonial; parques y monumentos, rutas turísticas como: tren de la libertad, los bordados, de los museos y sitios arqueológicos como tolas e incahuasi; sitios naturales, en donde la Laguna de Yahuarcocha es reconocida a nivel internacional. Los bares, peñas y discotecas de Ibarra están en diferentes lugares y permiten compartir momentos agradables y divertidos.

En la ciudad de Ibarra los sectores de desarrollo están conformados por servicios que aporta con el 58,02% ingresos a la economía, en este se encuentra concentrado el turismo; industria 19,38%, agrícola 11,6%. Las actividades se concentran en el comercio mayor y menor, enseñanza, transporte, industria manufacturera, construcción, ganadería y agricultura (Cornejo, Zorrilla, Bermúdez, & Estacio, 2013).

Antes de analizar cada una de las variables, se presenta datos técnicos de las dos encuestas, necesarios para conocer algunas características de las poblaciones de la investigación.

En lo que se refiere a los turistas, las personas que visitan las diferentes dependencias turísticas del cantón Ibarra, el 48% proviene de la provincia de Imbabura, el 13% de la provincia del Carchi y en porcentajes menores de otros sectores del Ecuador, cabe señalar que el 10% de turistas corresponden a extranjeros de diferentes países, la información se puede evidenciar en el siguiente gráfico:

Gráfico 4 Lugar de procedencia



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

La mayoría de turistas son hombres (65%). El rango de edad está entre los 31 y 50 años con el 61%, entre 18 y 30 años el 22%; los turistas realizan actividad física como: deportes extremos, parapente, downhill, trekking y rafting; paseo en lancha a pedal; paseos a caballo; también visitar lugares de artesanías y gastronómicos.

La mayoría de turistas (54%) permanecen más de un día en el lugar turístico. El 46% de personas que están en un lugar turístico menos de un día son considerados como visitantes.

Gráfico 5. Tiempo de estadía



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

En lo que se refiere a servicios turísticos, las parroquias urbanas que concentran menos dispersión es San Francisco y El Sagrario, concentran la mayoría de servicios, porque los restaurantes, hoteles, cafeterías, heladerías, peñas, sitios de distracción

nocturnos están instalados allí por ser el centro de la ciudad. Las otras parroquias ofrecen atractivos naturales como paisajes, montañas, ríos, lagunas y cultura gastronómica.

Tabla 3 Ubicación

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
San Francisco	60	32%
El Sagrario	50	27%
La Esperanza	10	5%
San Antonio	9	5%
La Carolina	1	1%
La Dolorosa de Priorato	19	10%
Caranqui	6	3%
Ambuqui	14	8%
Lita	6	3%
Alpachaca	6	3%
Angochahua	2	1%
Salinas	2	1%
Total	185	100%

Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

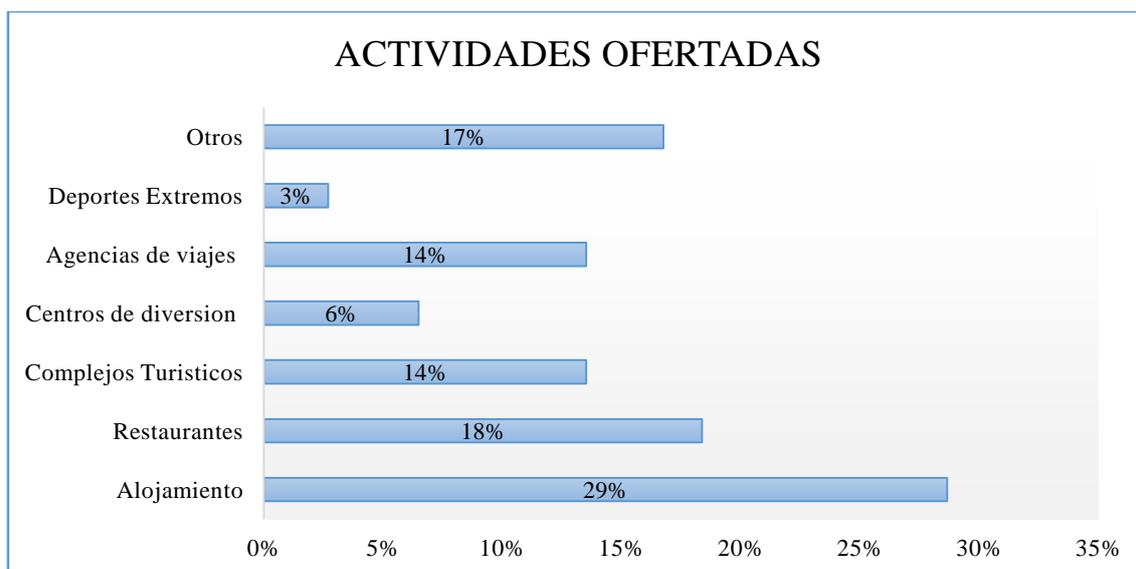
Elaborado por: El Autor 2016

Los empresarios o emprendedores del sector turísticos, corresponde el 53% a mujeres, esto debido a las aptitudes culinarias que están enmarcadas en el procesamiento de alimentos y la visión que tienen las mujeres, para sacar a delante a su familia.

Al respecto de la edad de los emprendedores turísticos, el 70% se encuentra en un rango de 18 a 30 años, lo que define el turismo como empresa no tiene una larga trayectoria en el cantón.

Los dueños de los locales turísticos informan que los servicios turísticos más ofertados son: el 29% alojamiento y alimentación el 18%.

Gráfico 6. Actividades de la empresa



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra
Elaborado por: El Autor 2016

Variables Intervinientes en la Valoración de la Competitividad Turística

En promedio las condiciones higiénicas en restaurantes, balnearios, museos y áreas verdes en un 64% son muy buenas, 36% regular y 4% malas, este indicador muestra el nivel de ventaja competitiva en cuanto a sanidad de los atractivos y plantas turísticas. La infraestructura y conservación de los atractivos en un 72% se encuentran en un grado de conservación medio, en 22% alto y un 6% bajo. Los medios publicitarios que han aportado para que el turista conozca de los atractivos turísticos ha sido la señalética, trípticos, guías y utilización medios de comunicación.

Tabla 4 Medios publicitarios

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Trípticos	44	24%
Ferias	59	32%
Revistas	37	20%
Pautar en televisión	45	24%
Total	185	100%

Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra
Elaborado por: El Autor 2016

Los servicios de transporte de bus, es considerado como bueno y regular por el 44%, y el 6% considera deficiente y muy bueno. El ferrocarril tiene mayor aceptación más del 50% considera que es bueno. En cuanto a taxis, cerca del 50% considera bueno y solo el 13% muy bueno.

Tabla 5 Calificación del servicio de transporte

Detalle	Servicio de bus	Servicio de taxi	Servicio de ferrocarril
Muy buena	6%	13%	35%
Buena	44%	48%	17%
Regular	44%	34%	27%
Deficiente	6%	5%	20%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

La infraestructura hotelera es considerada buena por cerca del 50% de turistas investigados, 25% como muy buena, y el resto como deficiente y regular, aquí existe un nivel medio de competitividad ya que la mayoría opina que el servicio de alojamiento es bueno y muy bueno.

El servicio de alimentación es considerado como buena y muy buena casi su totalidad, pero al ser un elemento fundamental en el servicio al turista es bueno que tenga una aceptación alta.

Tabla 6 Calificación de la alimentación

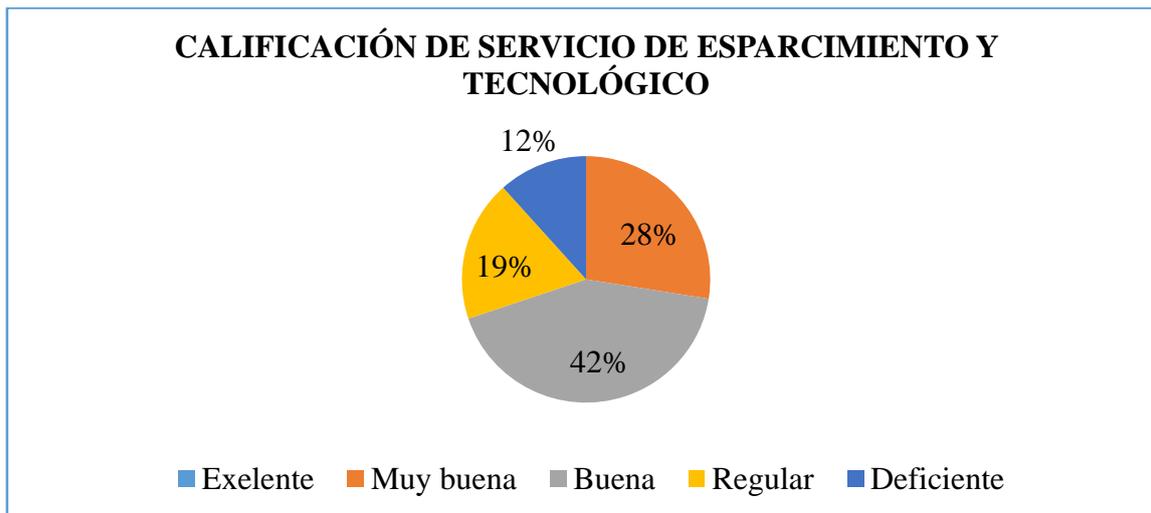
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	125	33%
Buena	176	47%
Regular	44	12%
Deficiente	33	9%
Total	378	100%

Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

Los lugares destinados para el esparcimiento son considerados como buenos por un poco menos de la mitad de investigadores, por un poco más de la cuarta parte muy bueno. Los servicios tecnológicos en un 49% también son calificados como muy buenos y 7% excelentes. Se puede apreciar que la mayor parte de turistas tienen buenas referencias de los sitios de esparcimientos y servicios tecnológicos.

Gráfico 7 Calificación de servicio de esparcimiento y tecnológico



Fuente: Turistas del cantón Ibarra
Elaborado por: El Autor 2016

En la variable de Recurso Humano, el 47% considera que el personal tiene un alto nivel de capacitación, el 6% muy alto, 37% bajo y el 10% muy bajo, se aprecia que el 47% de trabajadores dedicados al sector turístico tienen deficiencias en cuanto al trato al turista, por tanto, este indicador baja el nivel de competitividad turística del cantón Ibarra. Para motivar e incentivar a los trabajadores, los turistas recomiendan que se capacite al personal, se brinde estabilidad económica, y se mejoren las condiciones físicas de trabajo. Los factores a tomar en cuenta para definir este indicador son: la salud, la tasa de logros educativos, la calidad general del sistema de educación de cada región y la disponibilidad de servicios de capacitación especializada proporcionados por el sector privado para la formación y mejora del personal que presta sus servicios.

El 63% de turistas tienen preferencias por la cultura de Ibarra y el 37% por los atractivos naturales. El cantón Ibarra debe tener la capacidad de ofrecer recursos naturales

y culturales a los turistas nacionales y extranjeros, esto le permitirá tener una clara ventaja competitiva con respecto a otros lugares de similares características.

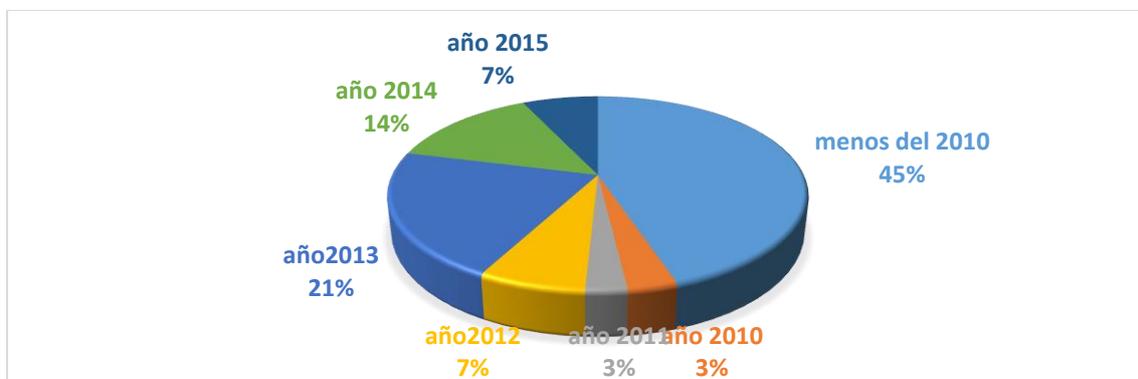
Principales Fortalezas y Debilidades de los Emprendimientos Turísticos del Cantón Ibarra

Fortalezas

El 45% de los propietarios de servicios turísticos, iniciaron sus negocios antes del 2010 por diferentes factores tales como: el apoyo gubernamental, iniciativa propia, algunos empiezan desde hace muchos años, siendo pioneros en la actividad turística; otro porcentaje importante correspondiente (21%) emprendieron desde el año 2013, aprovechando las inyecciones de capital por parte del Gobierno central hacia el sector turístico por medio de la Corporación Financiera Nacional que puso en marcha una amplia campaña de difusión de un proyecto de ayuda crediticia para la actividad turística en el país.

La mayoría de los emprendimientos turísticos son relativamente nuevos ya que han empezado a prestar sus servicios desde el año 2010; por otra parte un grupo considerable (45%) tienen un amplio recorrido, este factor es importante en cuanto a la experiencia y posicionamiento en el mercado, así también conlleva a que se deban emplear nuevas tecnologías y reparaciones y modernizaciones en sus instalaciones.

Gráfico 8. Año de creación



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra
Elaborado por: El Autor 2016

La trayectoria de los servidores de turismo da paso a la oportunidad para que puedan acceder a créditos financieros por su estabilidad económica y posicionamiento en el mercado, garantizando así el cumplimiento de las obligaciones.

En el cantón Ibarra mediante Ordenanza 001 Art. 4, la municipalidad tiene como objetivo principal, fomentar y facilitar el desarrollo turístico del cantón y para el efecto, ejecutará los proyectos y programas que consisten en el plan del desarrollo turístico de Ibarra, en coordinación y con el apoyo del Ministerio de Turismo, la Cámara Provincial de Turismo, las universidades y demás actores que están involucrados con la actividad turística.

Por tal motivo existe la oportunidad de que las entidades de regulación y control intervengan mediante la inversión en los sectores turísticos, para mejorar las condiciones actualizadas y repotencializar los atractivos y servicios turísticos.

El GAD Ibarra promueve atractivos turísticos mediante la formulación de proyectos, asesoría técnica, marketing turístico y en un mínimo porcentaje con financiamiento para repotencializar los servicios de turismo.

Por su parte el GAD Ibarra, en su ordenanza de fomento y de calidad turística afirma que, es necesario dinamizar el centro histórico de Ibarra, Caranqui, Yahuarcocha, por tanto, existe la oportunidad de repotencializar estos sectores para incrementar la competitividad turística.

El GAD Ibarra a través de la Ordenanza de Fomento y Mejoramiento de la Calidad de Servicios Turísticos del cantón, en su Art. 1, estableció tres zonas urbanas de fomento: el centro de la ciudad de Ibarra, Caranqui y Yahuarcocha; así como los territorios de las parroquias rurales del cantón en donde se fomenta a través de beneficios tributarios, empresariales y de capacitación de la creación de establecimientos de alojamiento, operadoras turísticas, restaurantes, cafeterías, fuentes de soda, centros de actividades de recreación y aprovechamiento del ocio de excelente calidad.

Debilidades

Analizando los aspectos internos negativos del sector turístico del cantón Ibarra se tiene lo siguiente: disminución de la competitividad turística, deterioro de los atractivos

turísticos, el 72% de turistas consideran que la conservación de los atractivos naturales se encuentran en un nivel medio; disminución de llegada de turistas nacionales y extranjeros, debido a la escasa capacitación del personal ya que el 37% de turistas considera que es bajo y el 10% muy bajo; disminución de ingresos por turismo, desde el año 2012 se evidencia una caída del ingreso en un 45.31% por la disminución de la demanda turística; procesos lentos de legalización de servidores turísticos, el 50% de servidores turísticos califican como lentos a dichos procesos; reducción de créditos para servidores turísticos, el 50% de propietarios de empresas de servicio turístico no han logrado acceder a créditos; baja conciencia ambiental debido a que el 34% de turistas consideran que las condiciones de higiene se encuentran entre regular y mala; por último la escasa intervención pública en apoyo a iniciativas y proyectos turísticos.

Principales oportunidades y amenazas de los emprendimientos turísticos del cantón Ibarra

las principales oportunidades y amenazas de los emprendimientos turísticos del cantón Ibarra.	Legalización de emprendimientos turísticos	OPORTUNIDADES		AMENAZAS		
		Agilizar procesos burocráticos		Procesos lentos de legalización		
		Implementar procesos tecnológicos		Sector público no promueve el turismo		
	Financiamiento	OPORTUNIDADES		AMENAZAS		
		Créditos para el sector turístico		Reducción en colocación de créditos		
		Ahorro progresivo		Altas tasas de interés		
	Sostenibilidad ambiental	OPORTUNIDADES		AMENAZAS		
		Potencializar la cuenca baja de la laguna de Yahuarcocha		Baja concienciación ambiental.		
		Instalar señalética.		Desinformación de los turistas.		
		Potencializar la seguridad ciudadana.		Desinterés por parte de la población en el cuidado ambiental.		
		Fomentar normas de salud e higiene en los establecimientos de turismo.		Bajo control de los destinos turísticos por parte de las autoridades.		
		Fomentar responsabilidad social y medioambiental.		Baja cantidad de museos		
	Nueva infraestructura	OPORTUNIDADES		AMENAZAS		
		Estrategias para mejorar la calidad del servicio de buses.		Baja calidad de servicio de buses.		
Impulsar la gastronomía de Ibarra.		Desinterés de los turistas en conservar atractivos naturales.				

		Aumentar las áreas de esparcimiento.	Ilíquidez del estado para invertir en el sector turístico.		
		Promover la asociatividad	Escasa asociatividad		
		Aumento de la infraestructura turística.	Contracción del sector turístico por disminución de turistas e ingresos de turismo.		
		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
	Tecnología turística.		Repontencializar las zonas wifi con mayor velocidad	Incremento de inseguridad	
				Precios no competitivos.	
		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
	Tecnificación del talento humano.			Bajo interés en utilizar las redes sociales.	
			Capacitar a las personas del sector turístico.	Bajos ingresos al sector.	
				Personal no calificado	
		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
	Conservación cultural		Potencializar la cultura	Pérdida de la cultura.	
			Escasa intervención pública		

Elaborado por: Cevallos Wilson

Criterios de valoración de competitividad turística del cantón Ibarra

Reglas, políticas y regulaciones

Los propietarios de las unidades turísticas encuestados afirman en un 50% que los procesos de conformación de estas unidades son lentos, que tienen procesos burocráticos extensos, los mencionados trámites son normados y regulados por el GAD de Ibarra y el Ministerio de Turismo.

El 45% de servidores turísticos consideran que la promoción de atractivos naturales y servicios turísticos debe promover las entidades públicas que tienen esas competencias haciendo el Marketing turístico, la cuarta parte opina que debe intervenir mediante asesoría técnica.

En la categoría de ordenamiento territorial (COT) de áreas de desarrollo del turismo, comercio y promoción cultural en el área rural y urbana como política pública propone: garantizar las condiciones adecuadas para el desarrollo de las actividades económico - productivas de la población urbana y rural del cantón, y generar redes de turismo urbano y comunitario articulados al destino Ibarra, que permita una distribución equitativa de los ingresos que genera esta actividad. Lo anteriormente mencionado ampara al turismo para contar con un desarrollo sostenible, así como de impulsar la competitividad turística.

Uno de los objetivos que tiene el GAD Ibarra a través de sus políticas públicas de turismo es “fomentar el desarrollo turístico integral del cantón Ibarra con proyectos, productos y actividades de ecoturismo, turismo cultural, comunitario, convencional, y montaña, turismo de aventura y rural en toda la zona, para turistas nacionales y extranjeros” por tanto se evidencia que la administración competente si incluye en sus políticas públicas el desarrollo del turismo que ampara a la actividad para que sea sostenible y competitiva. La mayoría de turistas que visitan el cantón Ibarra consideran que la conservación de los atractivos turísticos se encuentra en un nivel medio debido a la falta de concienciación ambiental por parte de las entidades reguladoras y también por la población en general. Entre los lugares más conocidos por parte de los turistas están Yahuarcocha, El Arcángel, Loma de Guayabillas, debido que son uno de los mayores atractivos turísticos del cantón Ibarra, tiene áreas verdes, juegos infantiles, paseos en canoa, pista para practicar deportes, en sus alrededores están las lomas para practicar parapentismo.

En el PDYOT del GAD Ibarra como objetivo estratégico propone generar posicionamiento de la Laguna de Yahuarcocha como un sitio turístico donde se desarrollen actividades deportivas, recreación, entretenimiento y se interrelacionen con las actividades económicas ambientalmente adecuadas; esto demuestra que la administración interviene en el mejoramiento de este sector ya que es un referente y atractivo más visitado por los turistas, esto debido a su naturaleza y gastronomía.

Los turistas califican como muy buena y regular la señalización de tránsito, colocación de radares de velocidad, semáforos, patrullajes y monitoreo constante del ECU 911. La señalética turística con la que cuenta los atractivos turísticos es buena ya que permite que los turistas se guíen, este proceso de señalización ha sido implementado a través del convenio del GAD Ibarra con instrucciones públicas como colegios y universidades.

Gráfico 9. Seguridad



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

El GAD Ibarra estableció una tasa para seguridad ciudadana que va de \$1,00 a \$100,00 dependiendo del avalúo del inmueble, es pagada conjuntamente con el impuesto predial cada año con el fin de garantizar la disminución de robos, asaltos, secuestros y demás factores que violenten la integridad física e intelectual de los habitantes. Así también existen comités de seguridad ciudadana que contribuyen a mejorar las condiciones de seguridad de la ciudad.

En lo que se refiere a normas de higiene con las que cuenta cada local turístico, únicamente la mitad de los establecimientos cuenta con patentes municipales, y permisos de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), requisitos obligatorios para su funcionamiento, a más del permiso de bomberos y certificaciones médicas.

El 60% de turistas califican como muy buenas las condiciones higiénicas en restaurantes, el 36% regular y el 4% malas, los dos últimos porcentajes se debe a que en algunos lugares todavía existen deficiencias en cuanto a la higiene de baños, utilización de guantes, mandiles y cubre bocas en la preparación de alimentos. El 33% del personal que atiende en los últimos años ha sido capacitado en brindar una buena atención al turista.

Infraestructura turística

Uno de los problemas detectados en el PDYOT del cantón Ibarra es que este servicio es deficiente debido al estado de los vehículos especialmente de buses de transporte urbano. Además, se puede evidenciar que existe una sobrecarga de pasajeros especialmente en horas pico de transporte de estudiantes y trabajadores, esto ocasiona una problemática en cuanto a seguridad y servicio. Las vías de acceso a los lugares turísticos son buenas, con carreteras pavimentadas y señalizadas, en la ciudad se encuentran calles adoquinadas y en buen estado.

Las condiciones de alojamiento constituyen un factor determinante en la competitividad turística, además de medir la satisfacción de los turistas y posicionar los diferentes destinos turísticos. Para los restaurantes, el gobierno de la república a través del organismo regulador (ARCSA) imparte cursos para capacitar a los dueños, administradores y personal de los diferentes locales de alimentación.

Las áreas de esparcimiento de los locales son consideradas como buenas por un 70% de los visitantes, esto ayuda a que las personas de Ibarra se incentiven a la recreación y al deporte en caso de los niños y jóvenes de esta manera ayuda a que todos sigan el ejemplo realizando seguidamente actividades deportivas. Los turistas que no están conformes con las condiciones de las áreas de esparcimiento argumentan problemas como contaminación, ruido, escasas instalaciones para descanso, entre otras.

Los atractivos culturales son escasos, en el cantón Ibarra hay pocos museos entre estos el Museo del Banco Central, Ruinas del Inka Huasi y Tolas, estos sitios se encuentran en buen

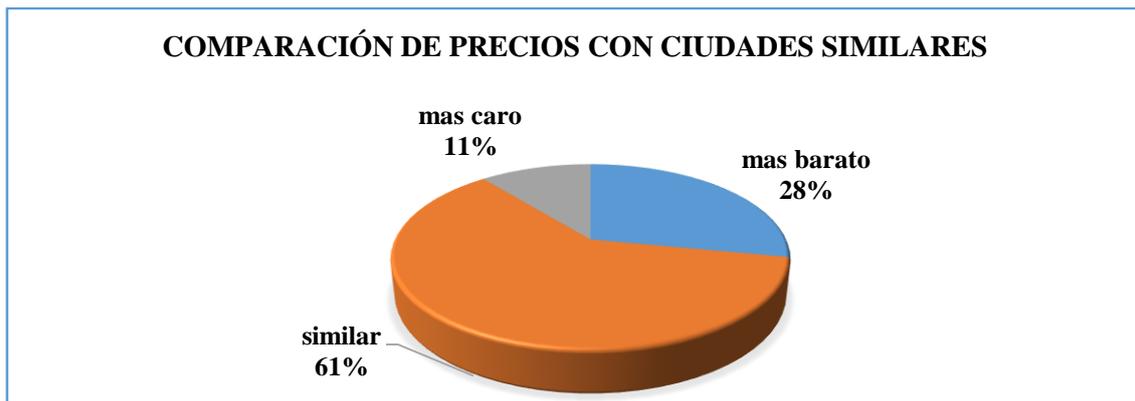
estado y conservación e higiene. Así también existen iglesias de infraestructura colonial, parques y monumentos.

Servicio tecnológico

El servicio de internet es ahora un valor agregado en los locales, aunque solo un 42% de propietarios de los servicios turísticos cuenta con zona wifi. Este es un factor muy importante ya que el avance de la tecnología permite que las personas permanezcan comunicadas permanentemente y el internet es un medio que facilita este proceso.

Los precios de los servicios turísticos del cantón Ibarra en comparación con otras ciudades como Otavalo y Cotacachi son similares e inclusive más bajos lo que da una ventaja competitiva para que el turista decida por los destinos locales.

Gráfico 10. Comparación de precios



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

Capital Humano

La mano de obra es un factor muy importante en el sector de servicios turísticos, mediante la investigación se llegó a determinar que el 56% de los locales turísticos cuentan con menos de 5 trabajadores, debido a que la mayoría estos son pequeños y requieren pocas personas para atender, el 25% contrata entre 5 y 10 trabajadores, esto en locales más grandes donde la afluencia de turistas es mayor como en hosterías y hoteles de gran prestigio que necesitan mucho personal debido a la trascendencia.

Tabla 7 Número de empleados

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
menos de 5 trabajadores	104	56%
entre 5 y 10 trabajadores	46	25%
entre 10 y 20 trabajadores	24	13%
más de 20	11	6%
Total	185	100%

Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra
Elaborado por: El Autor 2016

Los propietarios de servicios turísticos capacitan a su personal de forma frecuente siendo está muy representativa, con respecto a quienes lo hacen poco frecuente esto debido a la falta de presupuesto e información por parte de instituciones rectoras.

Gráfico 11. Capacitación de los empleados



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra
Elaborado por: El Autor 2016

La preparación académica en cuanto a la actividad que se desarrolla es muy importante para el personal, el propietario debe contratar personal calificado para mejorar sus servicios turísticos; la investigación evidencio lo contrario ya que únicamente un 25% de ellos esta capacitado.

Recursos Naturales y Culturales

Por las características del cantón, se creería que todos los servicios turísticos promocionan los recursos naturales y las diversas culturas al sector. Sin embargo, solo un poco más de la mitad (65%) lo hace como parte de sus servicios, a pesar de que a juicio de los turistas esto sería el principal atractivo del cantón.

Lo que más gusta a los turistas al momento de visitar un destino turístico es el aspecto cultural con el 63%, esto debido a que Ibarra cuenta con una diversidad de culturas que atraen la atención de turistas especialmente extranjeros.

Análisis económico

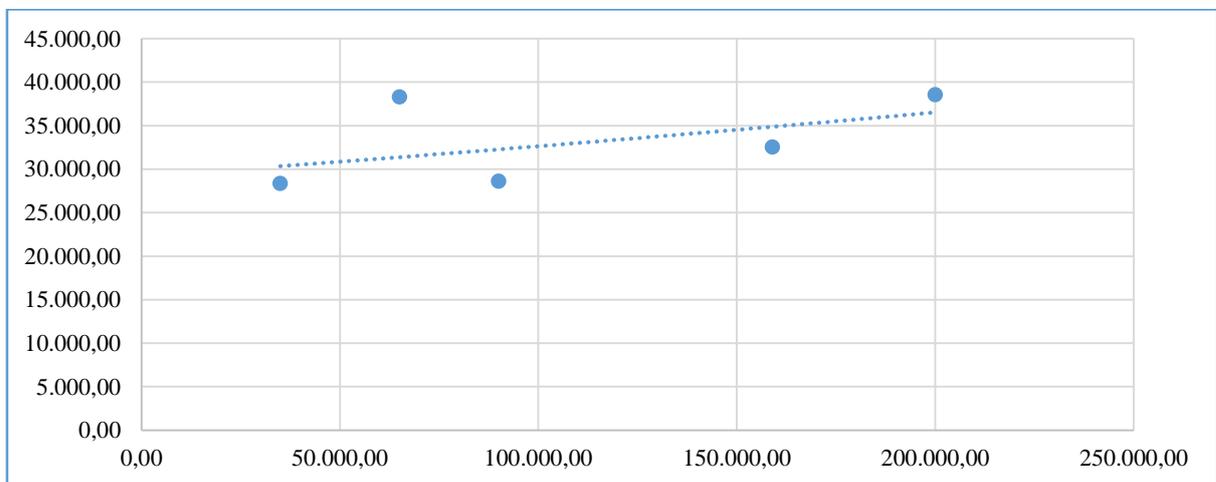
El número de turistas que acuden al cantón Ibarra, inciden positivamente en la obtención de recursos económicos para los propietarios de las plantas turísticas, al existir una relación directa puesto que al momento que se incrementa el número de turistas también el ingreso aumenta.

Analizando los datos de inversión realizada por parte del GAD Ibarra para promover el turismo en el cantón, y, la recaudación realizada por concepto de tasa por turismo, se puede evidenciar que no existe relación directa entre estas dos variables ya que no existe incidencia entre lo que el municipio invierte y el ingreso por el impuesto, esto porque el GAD no realiza inversión para obtener réditos de esta actividad, sino promueve el desarrollo turístico mediante acciones sociales. Cada actividad turística tiene una tasa de recaudación, de acuerdo a la Secretaría de Gestión Turística del cantón Ibarra, según acuerdo ministerial N° 20130002, los diferentes servicios turísticos se ajustan a la tasa impuesta como por ejemplo las termas y balnearios de primera categoría cancelan \$141.60 al año y las de segunda categoría \$106.20; en el cantón Ibarra no existe una variedad de este servicio, por tanto, los ingresos por recaudación no son representativos, existiendo un nivel bajo de competitividad. Así también los hoteles, hostales, hospedajes, cabañas, moteles y residenciales, dependiendo de la categoría cancelan anualmente, los hoteles 5 estrellas hasta \$1534,00 y los de cuarta categoría la base de \$151,04. En el cantón Ibarra no existen hoteles 5 estrellas y existen pocos de 4 estrellas, la mayoría brindan servicio de tercera y segunda categoría, reflejándose la falta de competitividad frente a otros cantones.

Tabla 8 Inversión turística vs ingreso por tasa turística

Años	Inversión del GAD	Recaudación
2010	35.000,00	28.368,00
2011	65.000,00	38.335,00
2012	90.000,00	28.636,00
2013	159.000,00	32.550,00
2014	200.000,00	38.600,00

Elaborado por: Cevallos Wilson

Gráfico 12 Inversión turística vs ingreso por tasa turística

Elaborado por: Cevallos Wilson

Tabla 9 Análisis de correlación inversión del GAD vs recaudación

Detalle	Inversión	Recaudación Servicios turísticos
Inversión	1	
Recaudación	0,496748553	1

La inversión realizada por los operados turísticos del cantón Ibarra, depende de la inversión que ellos realizan en sus plantas turísticas, por tanto, los ingresos dependen directamente de los recursos invertidos para atender al turista.

Tabla 10 Inversión e ingresos de operadores turísticos

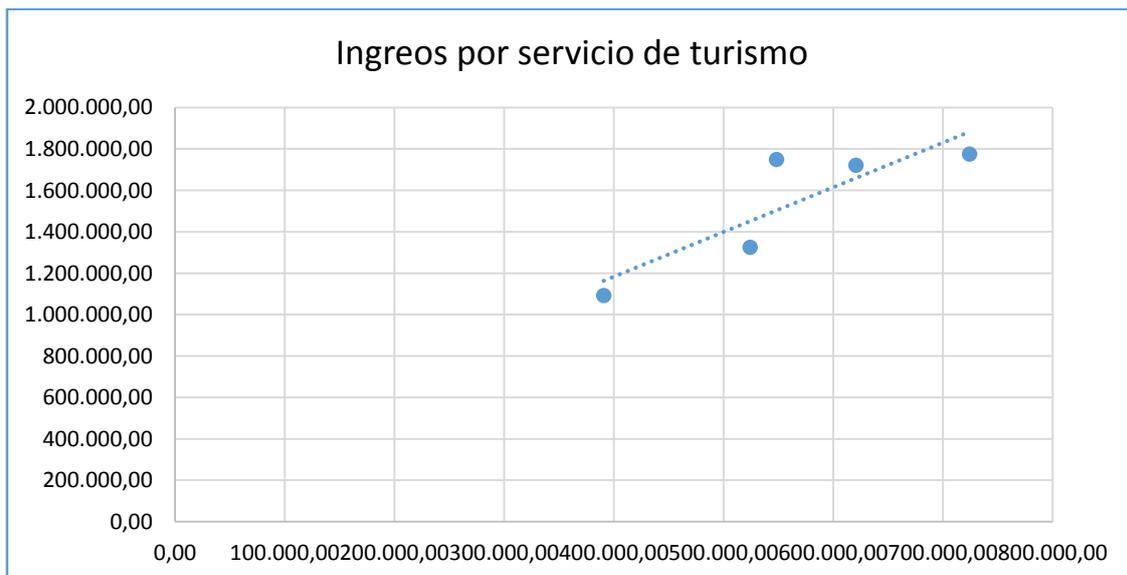
Detalle	Inversión de los propietarios de plantas turísticas	Ingresos por servicio de turismo
Año 2010	548.433,00	1.748.433,00
Año 2011	620.867,00	1.720.867,00
Año 2012	724.542,00	1.774.542,00
Año 2013	524.364,00	1.324.364,00
Año 2014	390.900,00	1.090.900,00

Elaborado por: Cevallos Wilson

Tabla 11 Análisis de correlación

Detalle	Inversión	Ingresos por servicio de turismo
Inversión	1	
Ingresos por servicio de turismo	0,996887456095268	1

Elaborado por: Cevallos Wilson

Gráfico 13 Correlación de la inversión turística vs ingresos

Elaborado por: Cevallos Wilson

La inversión de los propietarios de las plantas turísticas del cantón Ibarra tienen una relación de un 99.68% en la obtención de ingresos, es decir que si los operadores turísticos invierten más en sus negocios tendrán un incremento directo en sus ventas, por lo que es necesario que los operadores turísticos mantengan siempre la innovación y conservación de los atractivos para que esto sea un factor de competitividad turística.

Los operadores turísticos todos los años deben invertir para mantener sus plantas turísticas, siendo que en el año 2012 existió una mayor inversión por distintos motivos, uno de ellos es el ingreso de nuevos operadores, pero para el año 2013 existe un decrecimiento del 27.63% a causa de la devaluación de la moneda colombiana, ya que esto resto turistas al cantón.

Comparando las dos correlaciones obtenidas, tanto de la inversión realizada por el GAD vs la recaudación y la inversión por parte de los propietarios de las plantas turísticas vs los ingresos, se puede decir que el GAD cantonal de Ibarra invierte en turismo, pero no recibe réditos económicos, porque su función es social; por el contrario los propietarios de las plantas turísticas invierten para que sus negocios atraigan más turistas y por lo tanto se incremente el ingreso.

Propuesta de mejoramiento de competitividad turística del cantón Ibarra

En la actualidad se desconocen los datos monetarios del sector turismo en cuanto a ingresos, costos de personal, montos de inversión, entre otros, para una valoración económica del nivel de competitividad turística del cantón Ibarra. Su existencia beneficiaría a los propietarios de los atractivos turísticos, así como a las autoridades y entes reguladores del turismo ya que en base a este instrumento podrían tomar decisiones de inversión y desarrollo con responsabilidad social, en donde el objetivo no sea solo el incremento económico sino de buscar el beneficio social a través de la generación de empleo y creación de nuevos emprendimientos de turismo, así como la conservación de los atractivos naturales evitando la contaminación medioambiental.

El cantón Ibarra debería contar con un modelo integrado de competitividad turística para que se pueda identificar los principales factores e indicadores que determinan la competitividad.

La siguiente propuesta se basa en la implementación de una matriz de indicadores de competitividad identificando y valorando los factores externos e internos, según el modelo de

valoración de Philip Kotler y los factores de éxito, incorporando una calificación y peso ponderado a cada uno de estos ítems.

Para evaluar la competitividad, se presenta una matriz de calificación de los factores internos y externos para obtener la calificación de perfil competitivo.

Tabla 12 Parámetro de evaluación

Ponderación cuantitativa	Evaluación Externa	Evaluación Interna	Evaluación del . Perfil Competitivo.
1	Amenaza nada importante	Debilidad nada importante	Nada
2	Amenaza poco importante	Debilidad de poca importancia	Poco
3	Amenaza de media importancia	Debilidad de media importancia	Medio
4	Amenaza de excelente	Debilidad excelente	Excelente
1	Oportunidad nada importante	Fortaleza nada importante	Nada
2	Oportunidad poco importante	Fortaleza de poca importancia	Poco
3	Oportunidad de media importancia	Fortaleza de media importancia	Medio
4	Oportunidad excelente	Fortaleza de excelencia	Excelente

Elaborado por: Cevallos Wilson, a partir de Philip Kloter

Las calificaciones indican el grado de eficacia con que las estrategias del sector turístico del cantón Ibarra responden a cada factor:

4 = excelente

3 = media

2= poca

1 = nada

El peso de cada factor se determina de un rango de 0 a 1, donde 0 es el peso más bajo y 1 es el peso que sobresale y da a conocer que la variable analizada es muy importante dentro del análisis de los factores determinantes de éxito.

Utilizando la matriz de factores internos, se determinó la competitividad turística del cantón Ibarra de la siguiente manera:

Tabla 13 Análisis de factores internos

Factores determinantes del Éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Fortalezas			
Existencia de atractivos turísticos naturales.	0,10	4	0,4
Existencia de atractivos turísticos culturales.	0,05	3	0,15
Existencia de atractivos turísticos contemporáneos.	0,03	2	0,06
Infraestructura turística.	0,10	3	0,03
Calidad del servicio	0,07	4	0,28
Precios competitivos	0,08	4	0,32
Vías de acceso en buen estado.	0,09	4	0,36
Subtotal	0,52		1,6
Debilidades			
Inexistencia de valoración turística.	0,18	4	0,72
Escaso Marketing y publicidad turística.	0,05	2	0,1
Falta de mantenimiento a atractivos turísticos.	0,08	3	0,24
Escasa inversión en turismo.	0,12	3	0,36
Escasa señalética de atractivos turísticos	0,05	3	0,15
Subtotal	0,48	15	1,57
Total	1	31	3,17

Fuente: Philip Kotler

Elaborado por: Cevallos Wilson

La calificación total es de 3.17, se encuentra por arriba de la media (2), lo que indica un panorama favorable para el sector turístico. Las fortalezas son mayores a las debilidades de 1.60 contra 1.57 de debilidades; el sector turístico del cantón Ibarra tiene más factores positivos que pueden ser explotados y mejorados para incrementar la competitividad.

Tabla 14 Análisis de factores externos

Factores determinantes del Éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Oportunidades			
Mejoramiento del entorno.	0,06	3	0,18
Apoyo a grupos locales en la elaboración de productos turísticos.	0,04	3	0,12
Promoción de la cultura local como parte del producto turístico.	0,03	4	0,12
Incremento de las oportunidades de empleo para habitantes del cantón.	0,05	4	0,2
Incremento de ingresos de las familias dedicadas a la actividad turística.	0,05	3	0,15
Estimulación de nuevos emprendimientos turísticos.	0,08	4	0,32
Financiamiento para servidores turísticos,	0,03	3	0,09
Mejoramiento de la seguridad ciudadana.	0,06	4	0,24
Generación de un efecto multiplicador a través del turismo.	0,06	3	0,18
Base de datos actualizada para toma de decisiones.	0,09	3	0,27
Subtotal	0,55	34	1,87
Amenazas			0
Disminución de la competitividad turística.	0,05	4	0,2
Deterioro de los atractivos turísticos.	0,07	3	0,21
Disminución de llegada de turistas nacionales y extranjeros.	0,05	3	0,15
Disminución de ingresos por turismo.	0,04	3	0,12
Procesos lentos de legalización de servidores turísticos.	0,02	2	0,04
Reducción de créditos para servidores turísticos	0,02	3	0,06
Baja conciencia ambiental.	0,04	3	0,12
Baja responsabilidad social.	0,05	4	0,2
Escasa asociatividad	0,06	3	0,18
Escasa intervención pública	0,05	3	0,15
Subtotal	0,45	31	1,28
Total	1	65	3,15

Fuente: Philip Kotler

Elaborado por: Cevallos Wilson

El total ponderado es de 3.15, el resultado se encuentra por arriba de la media, analizando las oportunidades con 1,87 superan a las amenazas de 1,28 por tanto a un buen manejo del sector turístico del cantón Ibarra se puede incrementar la competitividad turística.

Tabla 15 Matriz de Perfil Competitivo

Factor clave del éxito	Cotacachi			Ibarra		Otavalo	
	Peso	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Atractivos Turísticos naturales	0,2	3	0,6	2	0,40	3	0,6
Atractivos turísticos culturales	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Atractivos turísticos contemporáneos	0,08	3	0,24	2	0,16	2	0,16
Infraestructura turística	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Vías de acceso	0,1	3	0,3	3	0,3	4	0,4
Competitividad de precios	0,08	2	0,16	2	0,15	4	0,32
Posición financiera	0,05	2	0,1	3	0,15	2	0,1
Calidad del servicio	0,09	4	0,36	2	0,18	3	0,27
Seguridad ciudadana	0,1	3	0,3	2	0,20	3	0,3
Total	1		2,96		2,44		3,05

Fuente: Philip Kotler

Elaborado por: Cevallos Wilson

Los resultados obtenidos revelan la fuerza relativa del sector turístico de los cantones Ibarra, Cotacachi y Otavalo, donde la existencia de atractivos turísticos naturales, infraestructura turística, precio de los servicios y la seguridad ciudadana son elemento muy importante en comparación a la competencia y a la atracción de los turistas, el competidor más fuerte tiene una calificación de 3.05 en el peso ponderado siendo este el cantón Otavalo, quiere decir que este sobresale ante los otros cantones por contar con mejores vías de acceso, precios de los servicios más asequibles, y contar con las mismas características de atractivos turísticos naturales, infraestructura turística y seguridad ciudadana, por tanto tiene buenas posibilidades de incrementar su competitividad turística.

Para contar con una valoración del nivel de competitividad turística se debe conocer cómo se encuentra la competencia en relación a los servicios y atractivos que posee el cantón Ibarra, esto para tomar decisiones de mejora continua y superar las condiciones de la competencia.

Análisis de factores tangibles

El análisis de factores tangibles abarca todas aquellas variables implícitas en el turismo, es decir todo aquello que el turista puede observar, tocar y utilizar, para ello se ha tomado en cuenta los siguientes:

- Infraestructura turística.
- Atractivos naturales.
- Servicios de alimentación.
- Servicios de hospedaje.
- Señalética.
- Servicios de turismo.

Gráfico 14 Factores tangibles



Elaborado por: Cevallos Wilson

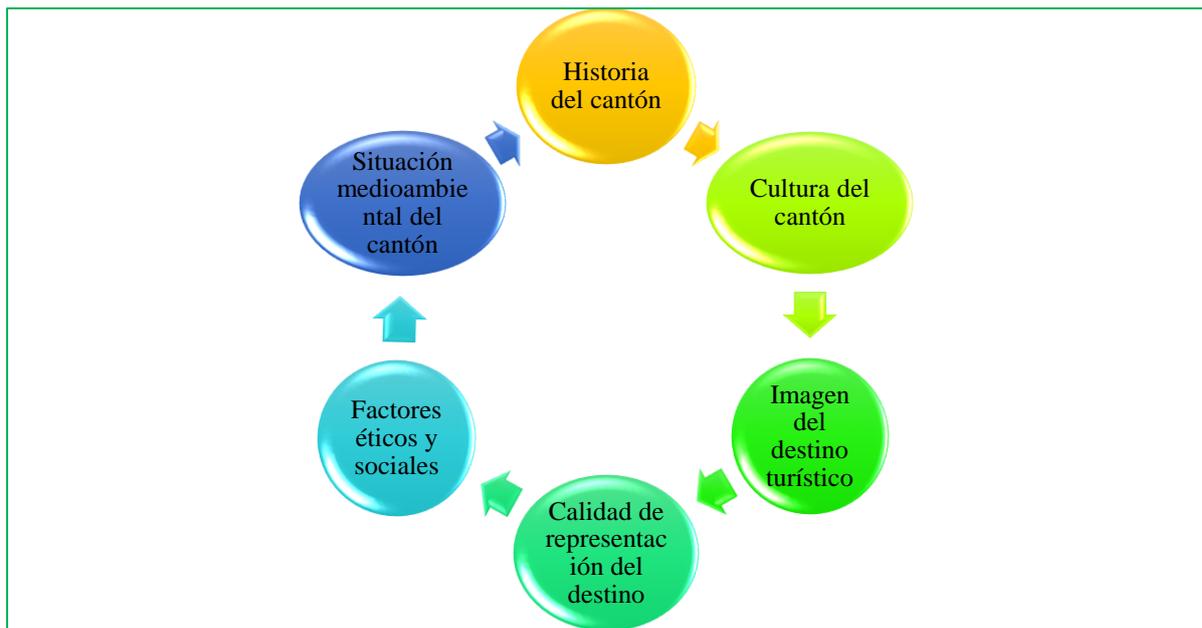
Los servidores de turismo y los entes reguladores y de control del cantón Ibarra deben tener en cuenta el estado de la infraestructura turística, debe estar en buenas condiciones para que el turista se sienta seguro y no corra riesgos físicos, la planta turística debe estar con un buen mantenimiento para que sea sostenible, además de ser competitivos ante los otros cantones de la localidad. Los atractivos naturales deben estar conservados, manteniendo un orden, limpieza y conservación para que estos perduren en el tiempo, es decir sean sostenibles y queden de legado para próximas generaciones. Los servidores turísticos que prestan servicios e alimentación deben mantener higiene, salubridad, buen trato al turista, calidad del servicio, esto permitirá garantizar el retorno del cliente y así también lograr un apasionamiento en el mercado mediante una buena reputación. Una buena atención y servicio de hospedaje es una carta de presentación para que el turista se anime a volver en otro momento, los empleados deben brindar un servicio de calidad y justo a tiempo, es decir cubrir las demandas y requerimientos de los turistas. La señalética debe estar ubicada de tal manera que para el turista le sea fácil saber sobre los atractivos turísticos, actividades y deporte que puede practicar, así como información general de los sitios turísticos tales como vías de acceso, tiempo de recorrido y sus debidas precauciones. Los servidores de turismo como complejos, hosterías, balnearios, entre otros deben contar con los permisos de ley, además de asegurar la integridad de los turistas y empleados, garantizar un buen servicio y también fomentar el mejoramiento continuo.

Análisis de factores intangibles

El cantón Ibarra cuenta con destinos y atractivos turísticos sostenibles tanto económica, social y medioambientalmente, pero se debe ir más allá de los aspectos tangibles del destino turístico, analizando factores como:

- Historia.
- Cultura.
- Imagen.
- Calidad de servicio.
- Factores éticos y sociales.
- Situación medioambiental.

Gráfico 15 Factores intangibles



Elaborado por: Cevallos Wilson

El cantón al tener un análisis de los factores intangibles, los turistas forman en su mente la calidad de representación de los atractivos turísticos, por tanto, existe más posibilidad a que retornen nuevamente. Dependiendo del tipo de turista, requieren conocer la historia del cantón para enriquecer su conocimiento; la cultura del cantón atrae aquellas personas que gustan del folklore y tradiciones de un sitio específico; la imagen del destino turístico es otro factor que atrae la mirada del turista por tanto se debe proporcionar un ambiente limpio y seguro; la calidad de representación del destino turístico en cuanto a capacidad de carga y atractivos turísticos incide a que el turista decida por acudir al sitio turístico; el aspecto deontológico del cantón incide para atraer al turista, donde los propietarios administradores y trabajadores muestran valores y principios éticos y morales; la situación medioambiental requiere de que se garantice la sostenibilidad del atractivo turístico donde se respete a la naturaleza y exista una convivencia armónica con las personas y el medio ambiente.

Discusión de resultados

La competitividad turística en relación a lo mencionado por Iglesias (2010), es la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor agregado, por tanto, al hablar de competitividad se está analizando la capacidad que tiene el cantón Ibarra de obtener rentabilidad en el sector turístico con respecto a sus competidores como Antonio Ante, Otavalo, Cotacachi, Pimampiro y Urcuquí, y similares cantones.

En base a los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los servidores turísticos del cantón Ibarra, se pudo conocer que en el año 2011 existió un repunte en la llegada de turistas pero para los años siguientes ha existido un decrecimiento significativo, así también se evidencia en el nivel de ingresos en el año 2011 se obtuvo \$1'780867 y en el año 2014 apenas \$1.090.900; una de las razones fue la devaluación de la moneda colombiana, existe una revalorización del dólar por tanto el turista decide viajar a Colombia a comprar, perjudicando no solo a las casas comerciales de las ciudades de la zona 1 como Tulcán e Ibarra, sino también al sector turístico del cantón.

En relación a lo mencionado por Blanke, y Chies (2013) que expresa que el fortalecimiento del sector turístico garantiza la creación de plazas de trabajo, incrementa los ingresos nacionales y beneficia de manera general la competitividad de las economías, la competitividad del sector turístico del cantón Ibarra, se debe fortalecer agilitando los procesos para poner en marcha emprendimientos turísticos, así también incrementar la promoción del turismo a nivel nacional por parte de las autoridades provinciales y cantonales.

Las normas de regulación turística impulsadas por el Ministerio de Turismo (2015) tales como: los requisitos para la conformación de emprendimientos y empresas de servicios turísticos, seguridad para deportes extremos, campañas como “All you need is Ecuador”, que gira en torno al concepto de que en Ecuador todo está cerca, como en ningún otro lugar del mundo forman parte de una estructura reguladora que involucra a empresas y entidades reguladoras del Estado.

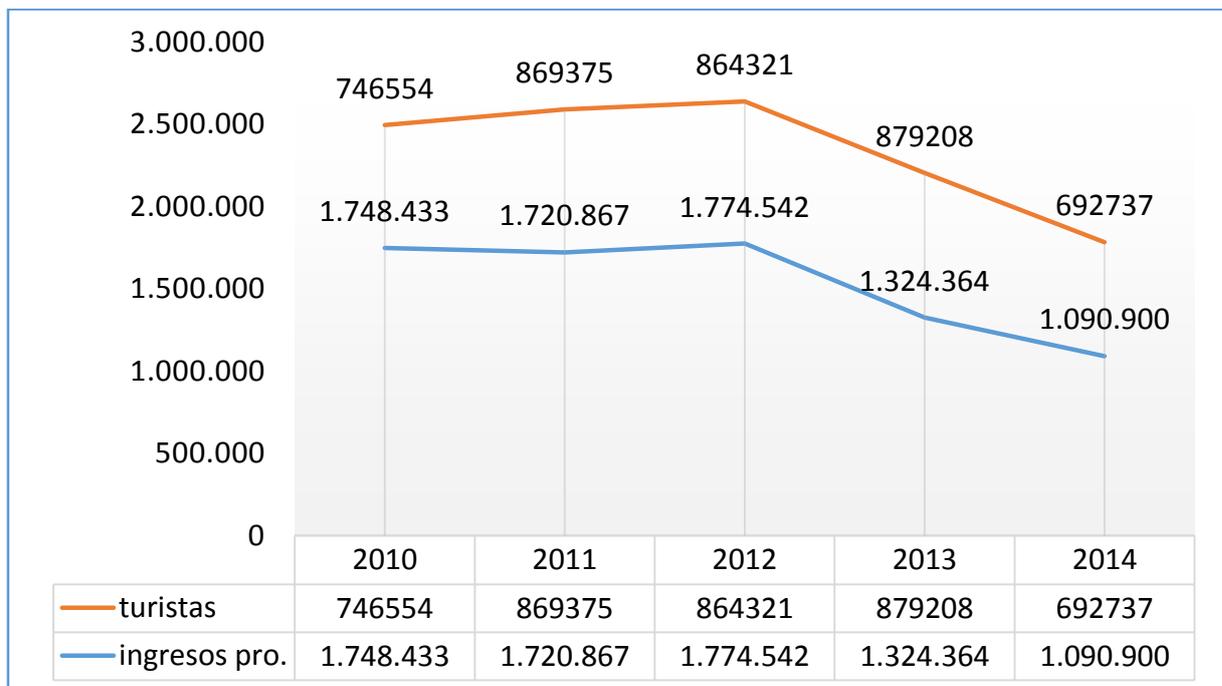
Mediante la investigación se determinó que el cantón Ibarra es seguro ya que el 71% de servidores turísticos lo califican así, esto debido a que existe un convenio de protección y seguridad al turismo nacional y extranjero firmado por el Ministerio de Turismo y el Ministerio del Interior; además un convenio con la Cruz Roja Ecuatoriana y el ECU 911 que permite coordinar entre las dos instituciones los operativos de seguridad antes de un feriado.

En base a lo expuesto anteriormente se puede evidenciar que el aspecto externo influye directamente en la competitividad del sector turístico del cantón Ibarra, pero puede mejorar mediante un fortalecimiento de los diferentes criterios de valoración, en donde deben estar involucrados todos los actores y sectores del turismo.

Contrastación de hipótesis

La competitividad turística juega un papel muy importante en la economía local, generando ingresos y mejores condiciones de vida a las personas que se benefician de la actividad turística. Realizando una comparación de Ibarra con ciudades cercanas como Otavalo, Cotacachi Antonio Ante y Urcuquí, existe un nivel aceptable en lo referente al nivel de competitividad turística del cantón Ibarra, pero se puede ver un nivel decreciente de los demandantes, además los ingresos han disminuido por factores externos como son la devaluación del peso colombiano y la apreciación del dólar en el periodo 2010 - 2014. Por tanto, se acepta la hipótesis ya que el cantón Ibarra tiene una tendencia a la baja de nivel de competitividad turística, lo que disminuye los ingresos.

Gráfico 16 Ingresos por servicio de turismo en el cantón Ibarra 2010-2014



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

Conclusiones

Para determinar la valoración de la competitividad del sector turístico se basó en tres variables tales como el marco regulador, el entorno comercial e infraestructura, recursos humanos, naturales y culturales, estas variables fueron creadas por el Foro Económico Mundial para determinar mediante indicadores que tan competitivos son los países, regiones y ciudades en el ámbito turístico, por lo tanto se aplicaron al cantón Ibarra dando como resultado que en el ámbito turístico está en un nivel aceptable en comparación con otras ciudades similares. Mediante los criterios de valoración se pudo determinar la competitividad en el sector turístico de Ibarra, utilizando el indicador de reglas, políticas y regulaciones regidas por los entes tales como el Ministerio de Turismo, el GAD municipal y la Cámara de Comercio, se demostró mediante la investigación que las políticas se aplican en un nivel medio, también las prácticas de un ambiente sostenible poco se fomentan por parte de las empresas públicas y privadas de este sector, mientras que la seguridad juega un papel importante para el turismo, lo que hace que esta actividad sea aceptable en el cantón, en cuanto a la calidad de los servicios se observa buenas prácticas de salud e higiene, mientras que la infraestructura es la adecuada para el visitante según se demostró en las encuestas planteadas, el capital humano cada vez está en procesos de mejoramiento, la protección de los recursos naturales y culturales son muy difundidos por parte de los organismos rectores. En lo referente a oportunidades se observó que se está fomentando una reestructuración de procesos y créditos para la conformación de empresas turísticas, mientras que en las amenazas se pudo distinguir a los procesos lentos y también el poco marketing turístico realizado por las entidades públicas. Se pudo conocer que en el cantón Ibarra existe un nivel bajo de competitividad turística debido a factores externos como la depreciación de la moneda colombiana, porque los turistas se han visto atraídos a viajar al país fronterizo encontrando bienes y servicios a más bajo costo; esto ha provocado una caída en los ingresos de los propietarios de las plantas turísticas.

Recomendación

Para mejorar la competitividad en el sector turístico local se plantea diferentes estrategias sustentables, de tal manera que beneficie al sector de servicios turísticos sin afectar el medio en el cual se desenvuelven ya sean estas ambientales, administrativas, de talento humano y económico para ello es necesario el apoyo y colaboración de las entidades públicas y privadas del cantón, así se podrá obtener una ventaja competitiva pues el cantón Ibarra cuenta con lugares naturales, culturales, gastronómicos y buena capacidad hotelera, los cuales se puede aprovechar para satisfacer las necesidades de los turistas y por medio de estos se dinamice la economía local. Es importante aplicar indicadores de competitividad turística que permita evaluar el rendimiento de cada factor para conocer cómo se encuentra a nivel provincial y nacional, con el fin de contrarrestar los riesgos que sean difíciles de manejar a corto y largo plazo. Se debe analizar los factores internos como calidad de infraestructura turística, mantenimiento de atractivos turísticos, y factores externos como accesibilidad a créditos de los servidores de turismo ya que permite conocer cómo se encuentra el cantón y nivel de competitividad turística y por tanto es necesario elaborar un instrumento que permita diagnosticar la situación actual para mejorar y potencializar los destinos turísticos.

Bibliografía

- Acuña, L. F. (2010). *Generalidades del Turismo*. Costa Rica: Instituto Nacional de Aprendizaje.
- Arboleda, M. (20 de 10 de 2015). *Turismo científico*. Obtenido de <https://prezi.com/xjlzqijzi9tv/turismo-cientifico/>
- Bigme Alcañiz E. (2010). *Marketing de destinos turísticos*. Madrid: escuela superior de gestion comercial y marketing.
- Blanke, J., & Chiesa. (2013). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013* Obtenido de The Travel & Tourism Competitiveness Index 2013: Contributing to National Growth and Employment: [http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013 .pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf)
- Carrion Maroto, J. (2007). *Estrategias de la visión a la acción*. Madrid: ESIC.
- Cornejo, M., Zorrilla, D., Bermúdez, N., & Estacio, J. (2013). *Proyecto Análisis de Vulnerabilidades a Nivel Municipal” Perfil Territorial Cantón San Miguel de Ibarra*. Obtenido de <http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/848/1/Perfil%20territorial%20IBARRA.pdf>
- David, F. R. (2003). *Administración estratégica* . México: Pearzon Educación.
- Delio Ojeda Garcia, C. (1210). *Marketing turístico*. Madrid: COPYRIGHT.
- dolar.wilkinsonpc.com.co. (2015). Obtenido de <http://dolar.wilkinsonpc.com.co/dolar-historico/dolar-historico-2010.html>
- EKOS. (02 de septiembre de 2015). *La industria en Ecuador* <http://www.ekosnegocios.com>. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com>: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6442>
- Escuela de Organizacion Mundial. (2010). *Informe de Sostenibilidad en Andalucía*. s/c: Coleccion EOI.
- ESPE. (Febrero de 2014). *Importancia de la gastronomía para promover el turismo*. <http://gastronomia-el.espe.edu.ec>. Obtenido de <http://gastronomia-el.espe.edu.ec>: <http://gastronomia-el.espe.edu.ec/2014/02/importancia-de-la-gastronomia-para-promover-el-turismo/>
- Fundación Carlos Jlim. (Febrero de 2013). *Turismo*. <http://www.academica.mx>. Obtenido de <http://www.academica.mx>: <http://www.academica.mx/blogs/tipos-turismo>
- GAD Ibarra. (s.f.). <http://documentos.ibarra.gob.ec>. Obtenido de <http://documentos.ibarra.gob.ec>:

- http://documentos.ibarra.gob.ec/uploads/documentos/ORDENANZA/ORD._FOMENTO_Y_MEJORAMIENTO_DEL_SERVICIO_TUR%3%8DSTICO_EN_EL_CANT%3%93N%2810-03-2014_15_45_35%29.pdf
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Ibarra. (2015). *Atractivos Turísticos*.
Obtenido de <http://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/oferta/attractivos-turisticos/rutas-turisticas>
- Gómez, M., Mendez, J., & Sevilla, C. (2010). *Gestión del Turismo Cultural y de Ciudad*. España: Universidad de Castilla la Mancha.
- Guevara, A. (2014). *Teoría del Turismo*. México: Trillas.
- Guevara, Alfredo. (2011). *El equilibrio necesario en el siglo xxi*. México: Trillas.
- HOSTELTOUR. (09 de Diciembre de 2015). *Turismo familiar: cuando los niños deciden el destino*. <http://www.hosteltur.com>. Obtenido de http://www.hosteltur.com/162800_turismo-familiar-cuando-ninos-deciden-destino.html
- Iglesias, C. (22 de marzo de 2010). *Criterios para medir la competitividad de los destinos*. Argentina.
- Ilustres Consejo Municipal de Ibarra. (2010). www.documentos.ibarra.gob.ec. Obtenido de <http://documentos.ibarra.gob.ec>: http://documentos.ibarra.gob.ec/uploads/documentos/ORDENANZA/ordenA_26-03-2001.pdf
- Jiménez, H., & Bulla, W. (2013). *Turismo Tendencias Globales y Planificación Estratégica*. Bogotá- Colombia: Eco Ediciones.
- Ley de Turismo. (2008). *Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic-2002*. Ecuador: Última modificación: 06-may-2008.
- López, A., Méndez, J., & Tacero, M. (2007). *Factores clave de la competitividad regional: innovación e intangibles*. ICE.
- Ministerio de Turismo . (2012). <http://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec>: <http://www.turismo.gob.ec/el-turismo-interno-en-el-ecuador-aporta-1-100-millones-de-dolares-a-la-economia-3/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (02 de Julio de 2015). El sector servicios genera 1,9 millones de empleos. *EL TELEGRAFO*, pág. 6.
- Ministerio de Turismo. (Mayo de 2015). <http://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec>: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Consolidacion-Regulaci%C3%B3n-y-Control-T.-dic-2014.pdf>

- Ministerio de Turismo. (Mayo de 2015). <http://www.turismo.gob.ec>. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Consolidacion-Regulaci%C3%B3n-y-Control-T.-dic-2014.pdf>
- Monge, E. C. (2010). <http://revistas.ucr.ac.cr>. Obtenido de <http://revistas.ucr.ac.cr>: <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/viewFile/7073/6758>
- Observatorio de la Economía Latinoamericana. (24 de 10 de 2014). *El Modelo Económico Industrial en el Ecuador*. Obtenido de <https://romosecret28.wordpress.com/2014/10/24/sectores-economicos-del-ecuador/>
- Organización Mundial de Turismo. (2013). México.
- Padilla, O. d. (2012). *Turismo actividad mundial*. Mexico: Trillas.
- Pena Castro, M. C. (2011). *Estudio sobre turismo rural sostenible y su aplicación decente*. España: Universidad de Almería.
- Peña, M. (2012). *Estudio sobre turismo rural sostenible y su aplicación docente*. Universidad Almería.
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra. (17 de septiembre de 2015). www.slideshare.net. Ibarra: GAD Ibarra. Obtenido de www.slideshare.net: <http://www.slideshare.net/logosacademyeduc/sectores-de-la-produccion-radio-huancavilca>. (23 de febrero de 2016). <http://radiohuancavilca.com.ec>. Obtenido de <http://radiohuancavilca.com.ec>: <http://radiohuancavilca.com.ec/noticias/2016/01/28/bm-aprueba-credito-de-525-millones-dolares-para-mejorar-movilidad-en/>
- Revista El Agro. (29 de ABRIL de 2015). *El agro y su importancia en la economía*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Ruiz, E., & Solis, D. (2011). *Turismo Comunitario en Ecuador, desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: ABYA- YALA.
- Ruiz, L., Vargas, D., Rodríguez, J., Merino, M., & etal. (02 de septiembre de 2014). *Metodología para la medición de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos inscritos en las certificaciones y los sellos de calidad de la Secretaría de Turismo (SECTUR)*. México: LID Editorial Mexicana. Obtenido de <http://ictur.sectur.gob.mx>: <http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/estudiosfondosectorial/metodologiainteriores16sept.pdf>
- Tapia, G. (2011). *Turismo sostenible*. <http://www.econ.uba.ar>. Obtenido de <http://www.econ.uba.ar/www/institutos/cma/Publicaciones/revistas/RIMFV011/TURISMO%20SOSTENIBLE.pdf>

Turismo, M. d. (24 de Marzo de 2015).

<https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwiAkrfog4DLAhVIKCYKHft0BaYQFggmMAI&url=http%3A%2F%2Fwww.quito-turismo.gob.ec%2Findex.php%2Fcomponent%2Fphocadownload%2Fcategory%2F43-registro-turistico%3Fdownload%3D418%3Areglame>. Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwiAkrfog4DLAhVIKCYKHft0BaYQFggmMAI&url=http%3A%2F%2Fwww.quito-turismo.gob.ec%2Findex.php%2Fcomponent%2Fphocadownload%2Fcategory%2F43-registro-turistico%3Fdownload%3D418%3Areglame>.

UNICEF. (2010). *www.unicef.org/ecuador*. Obtenido de www.unicef.org/ecuador:

http://www.unicef.org/ecuador/LIBRO_DE_EL_ORO_Parte2.pdf

Valencia, J. (2010). *Turismo Cultural*. s/c: s/e.

Zona Económica. (julio de 2010). <http://www.zonaeconomica.com>. Obtenido de

<http://www.zonaeconomica.com>:

<http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>

ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuestas



Tema: Valoración económica del nivel de competitividad turística del cantón Ibarra en el periodo 2010-2014.

Objetivo: Realizar la valoración económica del nivel de competitividad turística del cantón Ibarra periodo 2010 - 2014.

Instrucción: Por favor responda a las siguientes preguntas con la mayor sinceridad posible.

Encuesta dirigida a los turistas del cantón Ibarra.

DATOS TÉCNICOS:

Lugar de procedencia:

Imbabura	()	Carchi	()	Esmeraldas	()
Sucumbíos	()	Pichincha	()	Orellana	()
Napo	()	Cotopaxi	()	Otros	()

Sexo: Femenino () Masculino ()

Edad: Entre 18 y 30 años () Entre 31 y 50 años ()
 Más de 50 años ()

Tiempo de estadía:

Menos de 1 día	()	Entre 1 y 3 días	()
Entre 3 y 5 días	()	Más de 5 días	()

DATOS GENERALES

Marco regulador

1. Califique la seguridad vial (policías)

Excelente () Regular () Deficiente ()
 Muy Buena () Muy mala ()

2. En los lugares que visito, ¿Cómo considera que fueron las condiciones higiénicas?

Calificación	Muy bueno	Regular	Mala
Servicios			
Hospedaje			
Restaurant			
Balnearios			
Museos			
Áreas verdes			

3. ¿Qué atractivos naturales conoce en el cantón Ibarra?

Yahuarcocha () Guayabillas () Piedra Chapetona ()
 Arcángel () Río Lita () Laguna de Cubilche ()
 Gastronomía () Otros

¿Cuáles? _____

4. ¿Qué nivel de conservación tienen los atractivos naturales del cantón Ibarra?

Alto () Medio () Bajo ()

5. ¿Conoce usted lo que puede o no puede hacer en los sitios turísticos?

Si () No () ¿Cómo? _____

6. Si su respuesta fue positiva. ¿Indique por qué medio se enteró?

Trípticos () Señalética () Guía () Otros _____

Entorno comercial e infraestructuras

7. ¿Qué opina de los servicios de transporte en el cantón Ibarra?

Calificación	Muy buena	Buena	Regular	Deficiente
Servicios				
Bus				
Taxi				
Ferrocarril				

8. ¿Qué opina de los servicios?

Calificación	Muy buena	Buena	Regular	Deficiente
Servicios				
Alojamiento				
Alimentación				
Área de esparcimiento				

9. ¿Qué opina de los servicios tecnológicos en el cantón Ibarra?

Excelente () Regular () Deficiente ()

Muy buena () Muy mala ()

10. ¿Los precios del sector turístico del cantón Ibarra son más altos o más bajos en comparación con otras ciudades similares que ha visitado?

Más barato () Similar() más Caro ()

Recursos humanos, culturales y naturales

11. ¿Con cuántos acompañantes visito el cantón Ibarra?

Uno () Entre cuatro u ocho ()

Entre dos y cuatro () Más de ocho ()

12. El personal que lo atendió evidenciaba un nivel de capacitación:

Muy alto () Bajo ()

Alto () Muy bajo ()

13. ¿Qué recomendaría, para que se mejore la calidad de la atención del personal?

- Capacitaciones ()
 Incentivos económicos ()
 Mejores condiciones físicas de trabajo ()
 Estabilidad laboral ()
 Otros _____

14. ¿Qué es lo más le gusto del cantón Ibarra?

- La Cultural () Lo Natural ()

15. Existe diversidad en el turismo del cantón Ibarra?

- | | | | | | |
|----------|--------|---------|--------|--------------|--------|
| Cultural | Si () | Natural | Si () | Gastronómico | Si () |
| | No () | | No () | | No () |

Estrategias sustentables

16. ¿Qué le gustaría que mejore en el aspecto ambiental?

- Cuidado de bosques ()
 Seguridad en el entorno natural ()
 Acceso a lugares de alimentación y hospedaje ()
 Prácticas de reciclajes ()

17. ¿Qué estrategias le gustaría que mejoren en el aspecto administrativo de las empresas turísticas?

- | | | | | | |
|-----------|-----|------------------------|-----|------------|-----|
| Trípticos | () | Revistas | () | Guías | () |
| Ferias | () | Publicar en televisión | () | Señalética | () |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Tema: Valoración económica del nivel de competitividad turística del cantón Ibarra en el periodo 2010-2014.

Objetivo: Realizar la valoración económica del nivel de competitividad turística del cantón Ibarra periodo 2010 - 2014.

Instrucción: Por favor responda a las siguientes preguntas con la mayor sinceridad posible.

Encuesta dirigida a los dueños de los locales turísticos del cantón Ibarra.

DATOS TÉCNICOS:

- Parroquia:** San Francisco () El Sagrario () Alpachaca ()
 La Esperanza () Caranqui () Angochahua ()
 San Antonio () Ambuqui () Salinas ()
 La Carolina () Lita ()
 La Dolorosa del Priorato ()
- Sexo:** Femenino () Masculino ()
- Edad:** Entre 18 y 30 años () Entre 31 y 50 años ()
 Más de 50 años ()
- Actividades:** Alojamiento () Centros de diversión ()
 Restaurantes () Agencias de viajes ()
 Complejos turísticos () Deportes extremos ()
 Otros () _____
- Año de creación de su empresa turística:**
 Antes del 2010 () 2013 ()
 2010 () 2014 ()

2011 () 2015 (...)
 2012 ()

Servicios que ofrece:

Hospedaje () Baile, karaoque, bebidas ()
 Alimentación y jugos () Tours ()
 Piscina () Parapente ()
 Downhill () Rafting ()

DATOS GENERALES:

Marco Regulator

- ¿Se ha beneficiado de créditos para iniciar o mejorar su empresa turística?
 Si () No ()
- ¿Conoce algún programa que el GAD o Ministerio de Turismo de Ibarra ha implementado capacitaciones para el mejoramiento del sector?
 Si () No ()
 Si su respuesta es si cuál es el programa _____
- ¿Qué nivel de seguridad estima en su sector?
 Seguro () Poco seguro ()
 Bastante seguro () Nada seguro ()
- ¿Cómo están los procesos de regulación para la conformación de unidades turísticas?
 Muy rápidos () Lentos ()
 Rápidos () Muy lentos ()
- ¿Qué están haciendo los entes reguladores (GAD y Ministerio de Turismo) para promover los atractivos naturales y servicios turísticos?
 Marketing turístico () Asesoría técnica ()
 Financiamiento () Otros () _____

6. ¿Con cuáles de las siguientes normativas de higiene tiene su local o establecimiento turístico?

Permiso de ARCS () Bomberos ()
 Patente Municipal () Otros () _____

Entorno comercial e infraestructuras

7. ¿Qué servicios considera que le falta ofrecer?

Garaje propio () Alimentación ()
 Bar () Convenios con otras empresas ()
 Hospedaje () Asociación de deportes extremos ()
 Otros () _____

8. ¿Qué implemento en los últimos cinco años?

Infraestructura () Equipamiento () Otros () _____
 Tecnología () Marketing turístico () _____

9. ¿Cómo financió la ampliación de su empresa?

Capital propio () Privado ()

10. ¿Cuánto invirtió en su empresa?

11. ¿Qué servicio tecnológico brinda a sus clientes en su local o tiene acceso libre?

Zona Wifi () TV Cable () Otros () _____
 Banda ancha () Líneas telefónicas (...) _____

12. ¿Qué aspectos toman en cuenta sus clientes al utilizar sus servicios?

Por los costos del servicio () Por la calidad del servicio ()
 Por el tipo de cliente () Por la categoría ()

13. ¿haciendo una estimación aproximadamente cuántos clientes tuvo en los siguientes años?

Años	Número de clientes
2010	
2011	
2012	
2013	
2014	

14. ¿Aproximadamente que nivel de ingresos obtuvo en los siguientes años?

Años	Gasto promedio
2010	
2011	
2012	
2013	
2014	

15. Aproximadamente que cuánto invirtió en su planta turística en los siguientes años:

Años	Gasto promedio
2010	
2011	
2012	
2013	

Recursos humanos, culturales y naturales

16. ¿Cuánto trabajadores tiene en su empresa turística?

Menos de 5 trabajadores () Entre 10 y 20 trabajadores ()

Entre 5 y 10 trabajadores () Más de 20 ()

17. ¿Existe capacitación en el talento humano de su unidad productiva?

Muy frecuente () Poco frecuente ()

Frecuente () Nada frecuente ()

18. ¿EL personal con el que cuenta tiene un título acorde a la actividad que desempeña?

- Entre el 100 y 75% () Entre el 50 y 25% ()
 Entre el 75 y 50% () Menos del 25% ()

19. Usted promociona algún sector turístico específico.

- Cultural () Natural () Compras () No ()

Estrategias sustentables

20. ¿Qué estrategias propondría en el aspecto ambiental en las empresas turísticas?

- Responsabilidad social empresarial ()
 Plan de capacitación ambiental ()
 Plan de manejo de recursos sólidos ()
 Plan de monitoreo de calidad de aire, agua y nivel de ruido ()

21. ¿Qué estrategias publicitarias propondría a las autoridades locales en el aspecto turístico?

- Trípticos () Revistas ()
 Ferias () Pautar en televisión ()

22. ¿Qué estrategias tiene con su talento humano?

- Capacitaciones () Incentivos económicos ()
 Asensos () Ninguna ()

23. ¿Qué estrategias propondría a las autoridades en el aspecto económico en el sector turístico?

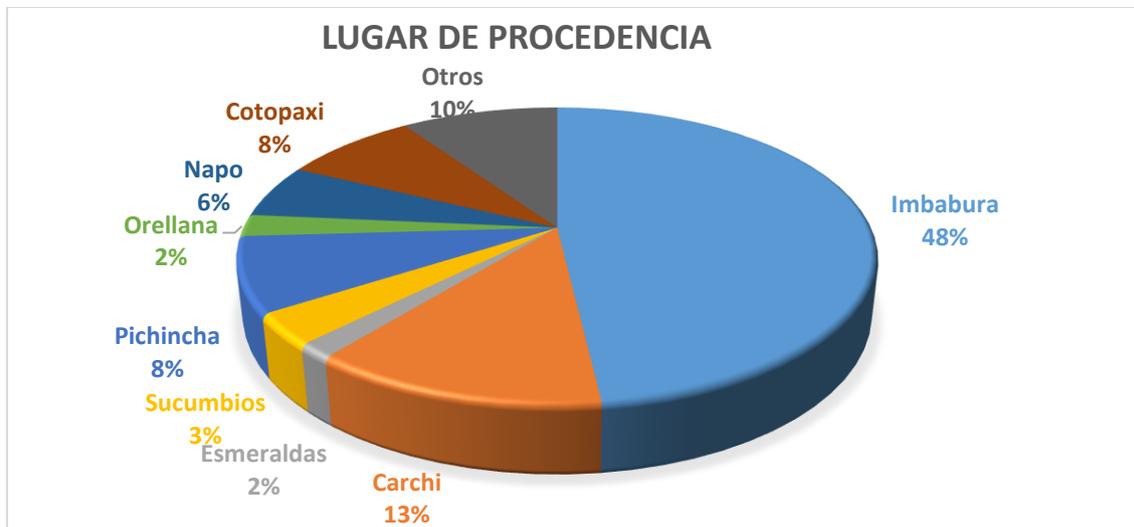
- Apoyo de las instituciones públicas a las empresas turísticas que tengan políticas específicas de contratación de personas de bajos recursos ()
 Promover la cultura local como parte del producto turístico ()
 Desarrollar en forma sustentable los recursos turísticos, protegiendo el patrimonio natural y cultural del cantón Ibarra ()
 Apoyar grupos locales en la elaboración de proyectos turísticos comunitarios ()
 Mejoramiento del entorno ()
 Políticas para mayor seguridad ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2. Encuesta aplicada a los turistas

Lugar de procedencia

Gráfico 17. Lugar de procedencia

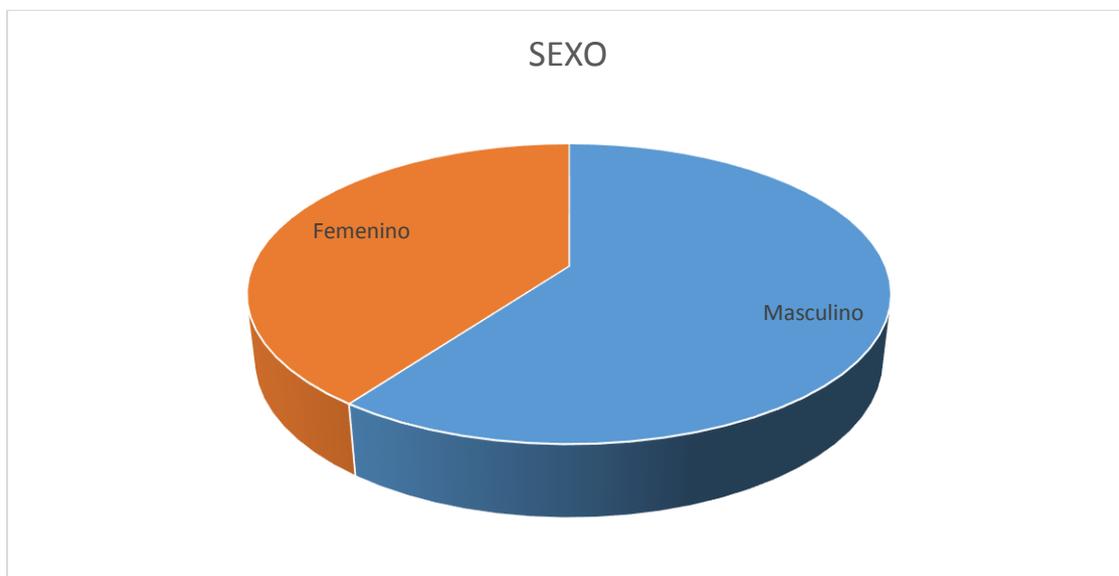


Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

Sexo

Gráfico 18. Lugar de procedencia



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

Edad

Gráfico 19. Edad



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

Tiempo de estadía

Gráfico 20. Tiempo de estadía



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

MARCO REGULADOR

1. Calificación de seguridad vial (policía)

Gráfico 21. Tiempo de estadía

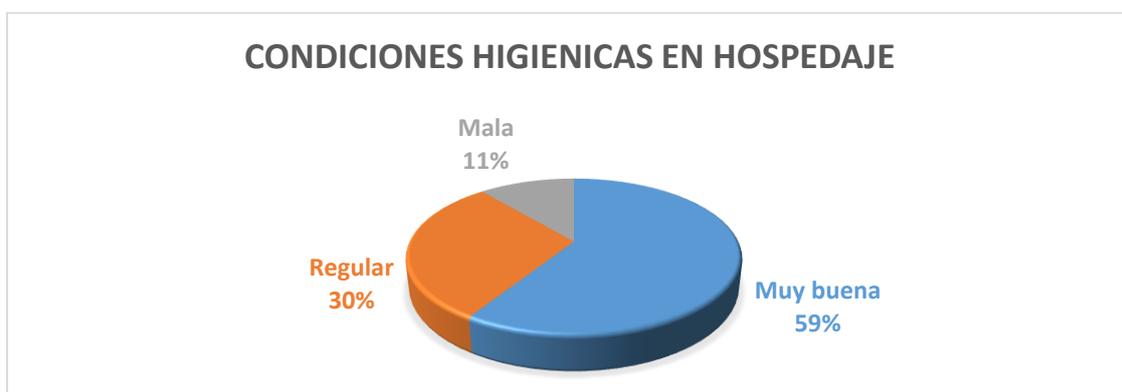


Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

2. Condiciones higiénicas de hospedaje

Gráfico 22. Tiempo de estadía



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

2.1. Condiciones higiénicas de restaurante

Gráfico 23. Condiciones higiénicas de restaurantes

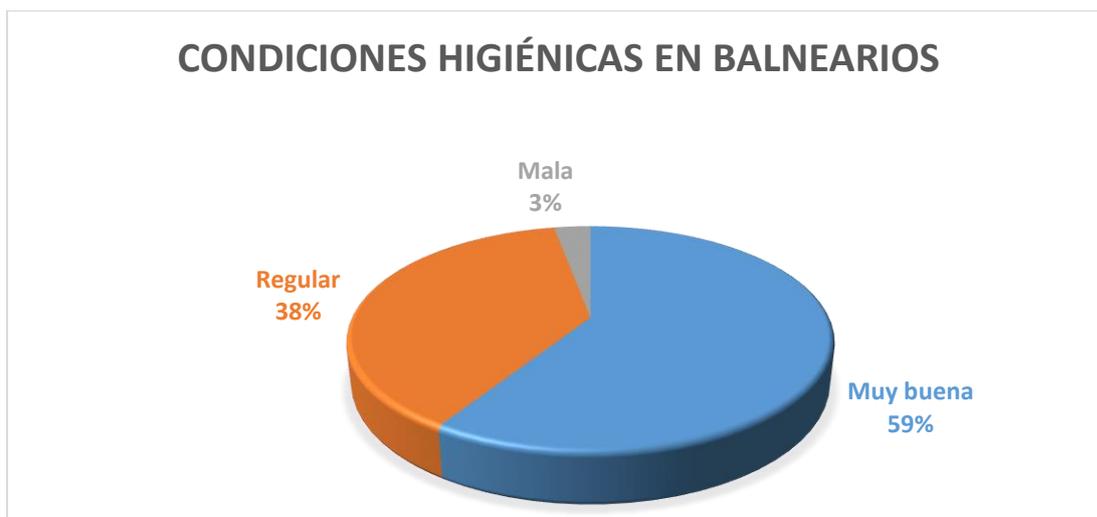


Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

2.2. Condiciones higiénicas de balnearios

Gráfico 24. Condiciones higiénicas de balnearios



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

2.3. Condiciones higiénicas de museos

Gráfico 25. Condiciones higiénicas de museos

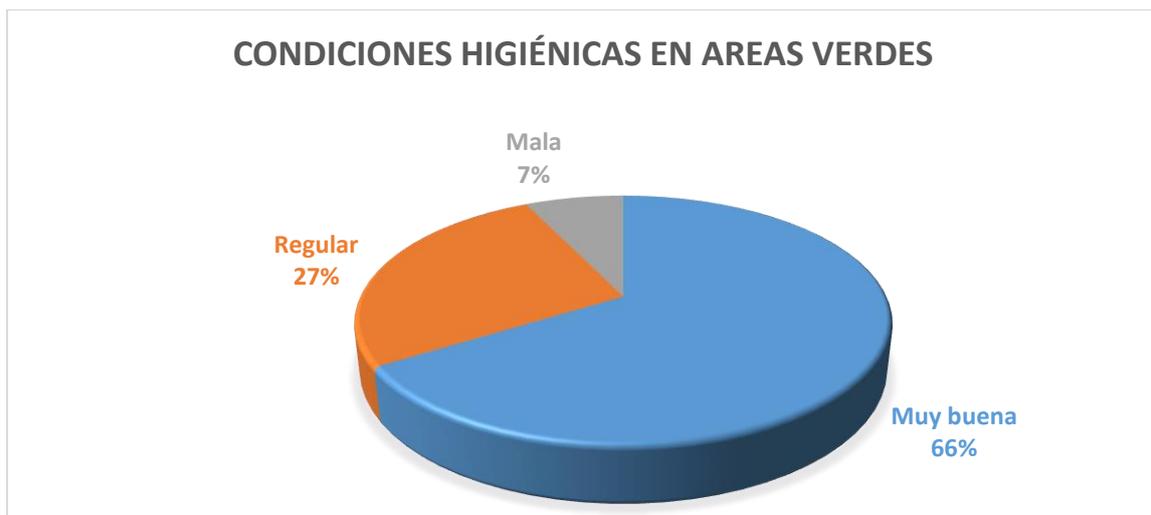


Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

2.4. Condiciones higiénicas de áreas verdes

Gráfico 26. Tiempo de estadía de áreas verdes

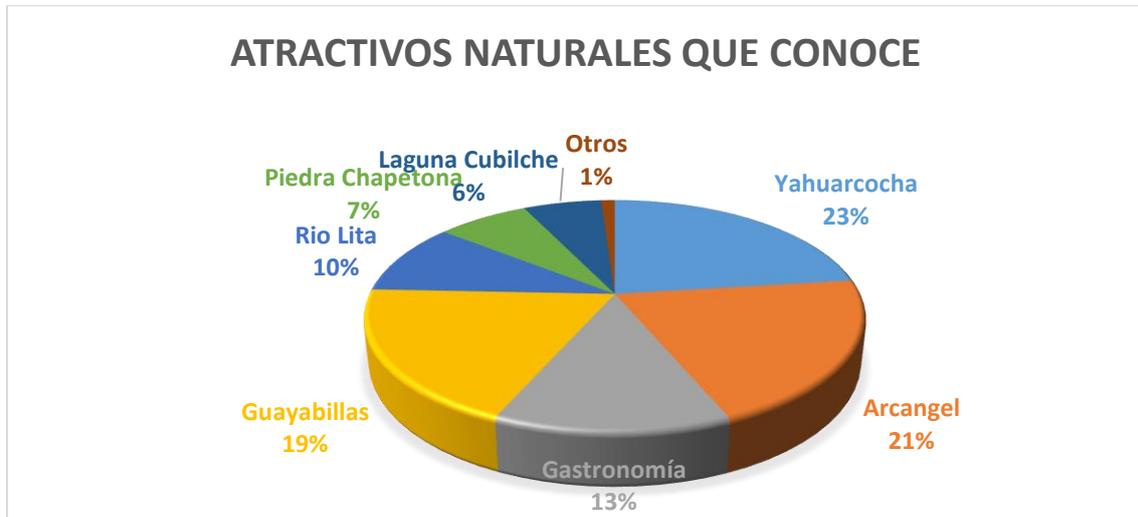


Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

3. Atractivos Naturales

Gráfico 27. Atractivos naturales



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

4. Nivel de conservación de los atractivos

Gráfico 28. Conservación de atractivos



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

5. Conoce usted lo que sabe o no hacer en los atractivos naturales

Gráfico 29. Aspectos prohibitivos



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

6. Medio por el cual se enteró

Gráfico 30. Publicidad



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

7. Calificación de los servicios de transporte (bus)

Gráfico 31. Calificación de buses



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

7.1. Calificación de servicios de transporte (taxi)

Gráfico 32. Calificación de servicios de transporte

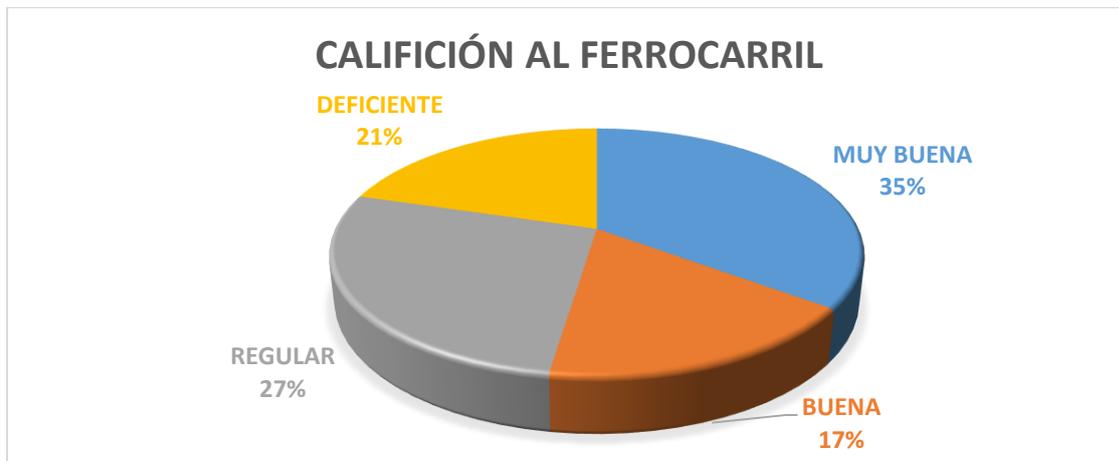


Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

7.2. Calificación al servicio de transporte (ferrocarril)

Gráfico 33. Calificación de servicios de ferrocarril

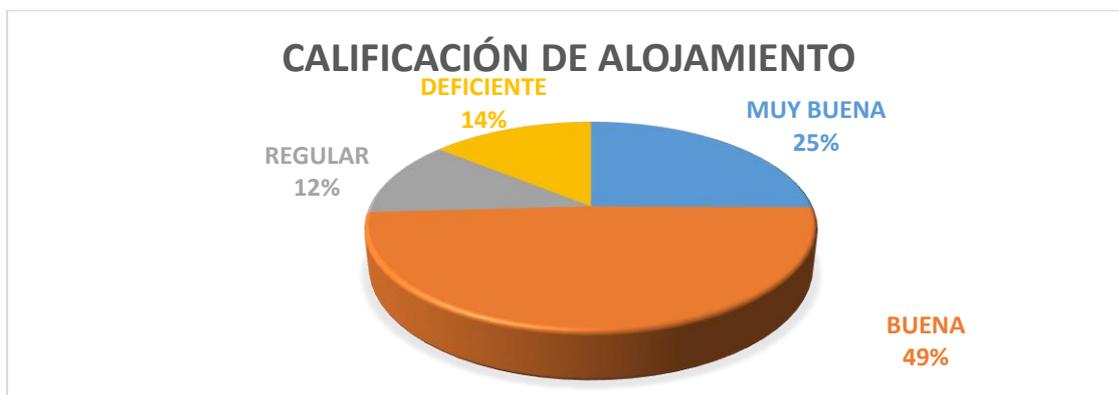


Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

8. Calificación de alojamiento

Gráfico 34. Calificación de Alojamiento



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

8.1. Calificación de alimentación

Gráfico 35. Calificación de Alojamiento



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

8.2. Calificación de áreas de esparcimiento

Gráfico 36. Calificación de Alojamiento



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

9. Servicios tecnológicos

Gráfico 37. Servicios tecnológicos



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

10. Comparación de precios con ciudades similares

Gráfico 38. Comparación de precios



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

11. Con cuantas personas visito los sitios turísticos del cantón Ibarra

Gráfico 39. Demanda de turistas

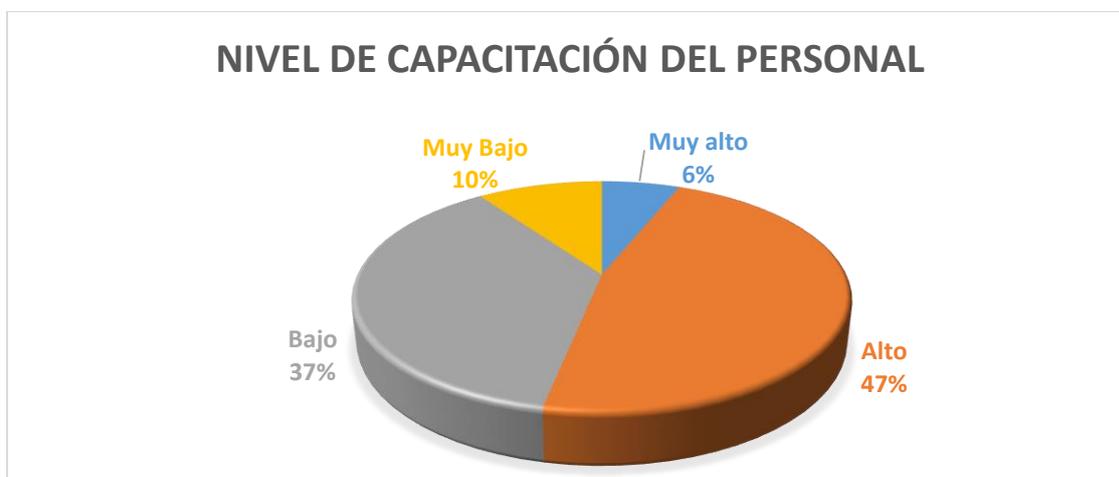


Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

12. ¿Qué nivel de capacitación evidenciaba el personal que le atendió?

Gráfico 40. Capacitación del personal



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

13. Que recomendaría para mejorar la atención del personal

Gráfico 41. Recomendación de mejoramiento



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

14. Que es lo que más le gusta del cantón Ibarra

Gráfico 42. Gustos de los demandantes



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

15. Diversidad en el cantón Ibarra

a) Cultural

Gráfico 43. Cultural

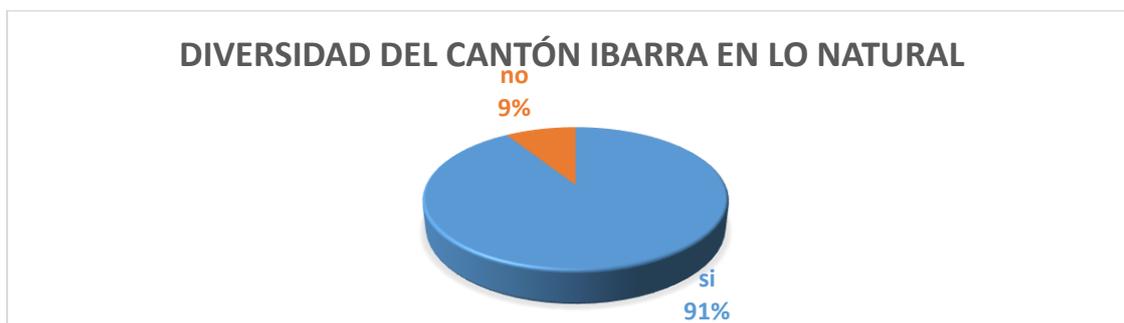


Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

b) Natural

Gráfico 44. Natural



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

16. Mejoras en el aspecto ambiental

Gráfico 45. Mejoras en el aspecto ambiental



Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

17. Estrategias para mejorar el aspecto administrativo

Gráfico 46. Estrategias para mejorar el aspecto administrativo



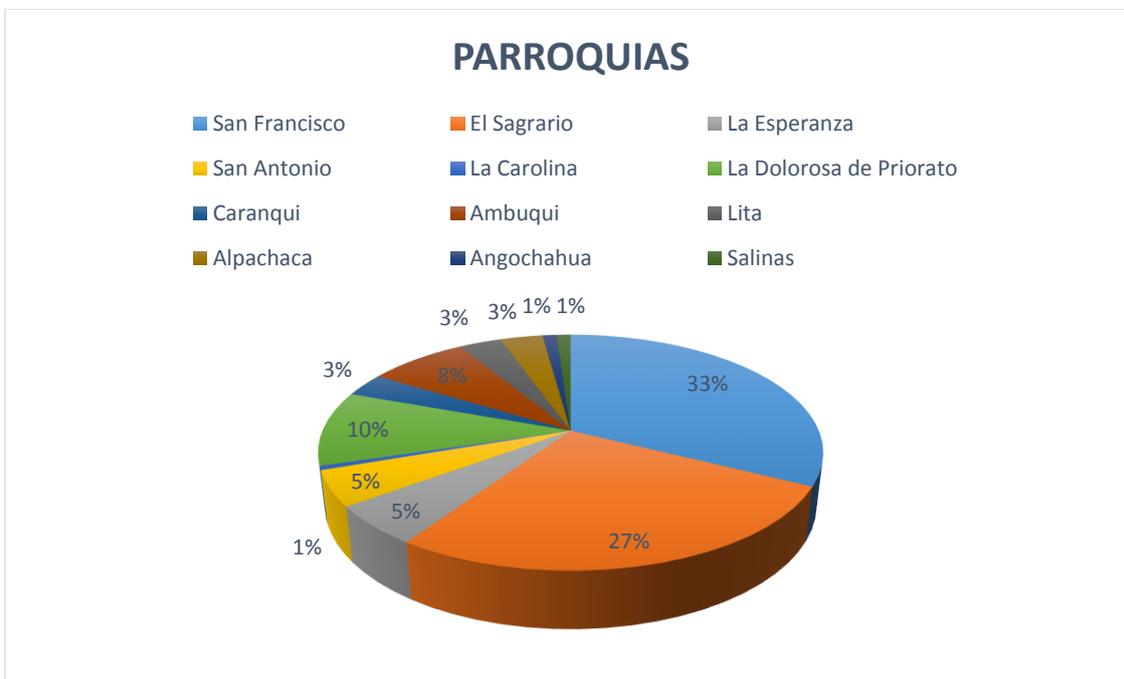
Fuente: Turistas del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

Anexo 3. Encuesta aplicada a los dueños o administradores de los locales turísticos

Ubicación

Gráfico 47. Ubicación

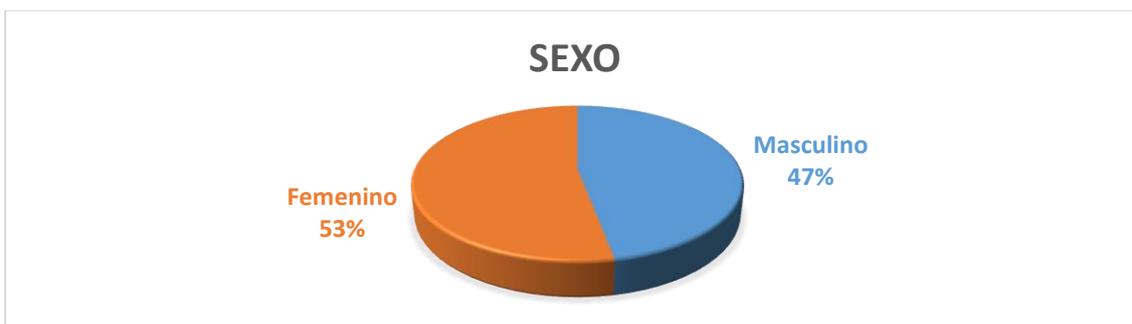


Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

SEXO

Gráfico 48. Sexo



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

Edad

Gráfico 49. Edad



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

Actividades a la que se dedica la empresa turística

Gráfico 50. Actividades de la empresa



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

Año de creación de la empresa

Gráfico 51. Año de creación



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

Servicios que ofrece

Gráfico 52. Servicios que ofrece



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

MARCO REGULADOR

Gráfico 53. Servicios que ofrece



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

1. Conoce algún programa del GAD

Gráfico 54. Programa del GAD



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

2. Qué nivel de seguridad tiene su sector

Gráfico 55. Nivel de seguridad

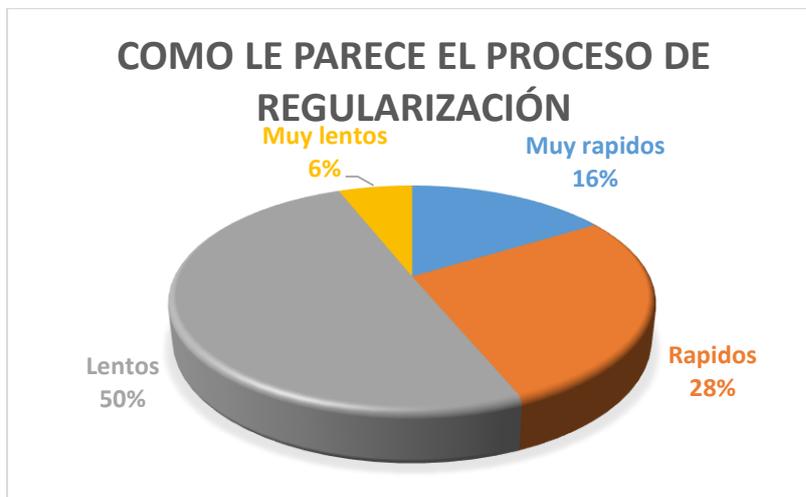


Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

3. Qué piensa de los procesos de regularización

Gráfico 56. Procesos de regulación



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

4. Que hace el GAD para promover los atractivos turísticos

Gráfico 57. Promover el turismo por parte del GAD

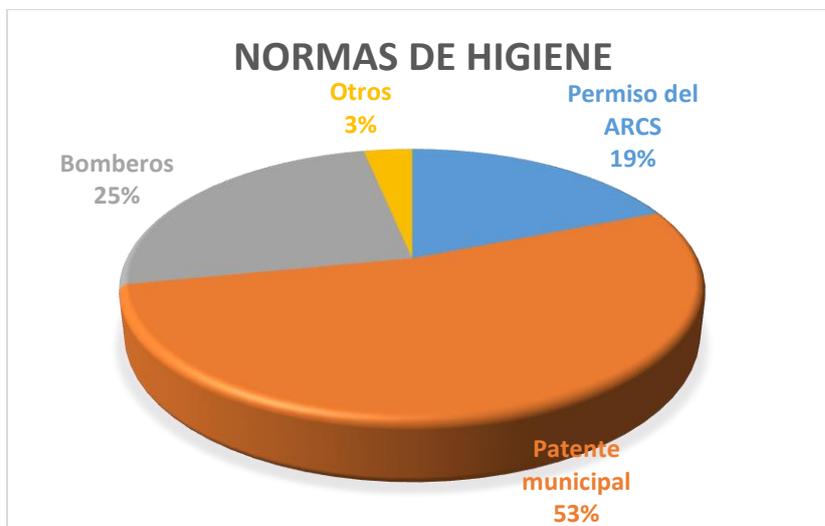


Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

5. Normas de higiene

Gráfico 58. Normas de higiene



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

6. Servicios que le hace falta ofrecer

Gráfico 59. Normas de higiene



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

7. Que implemento en los últimos años

Gráfico 60. Que se implementó en los últimos años



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

8. Como financio la ampliación de su empresa

Gráfico 61. Financiamiento de la ampliación

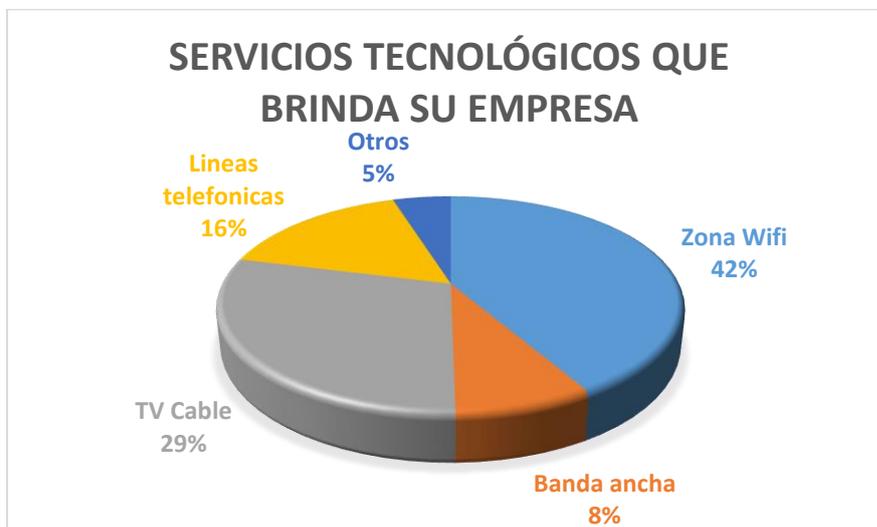


Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

9. Servicios tecnológicos que brinda a sus clientes

Gráfico 62. Financiamiento de la ampliación



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

10. Que aspectos toman en cuenta al utilizar sus servicios

Gráfico 63. Preferencias de los clientes

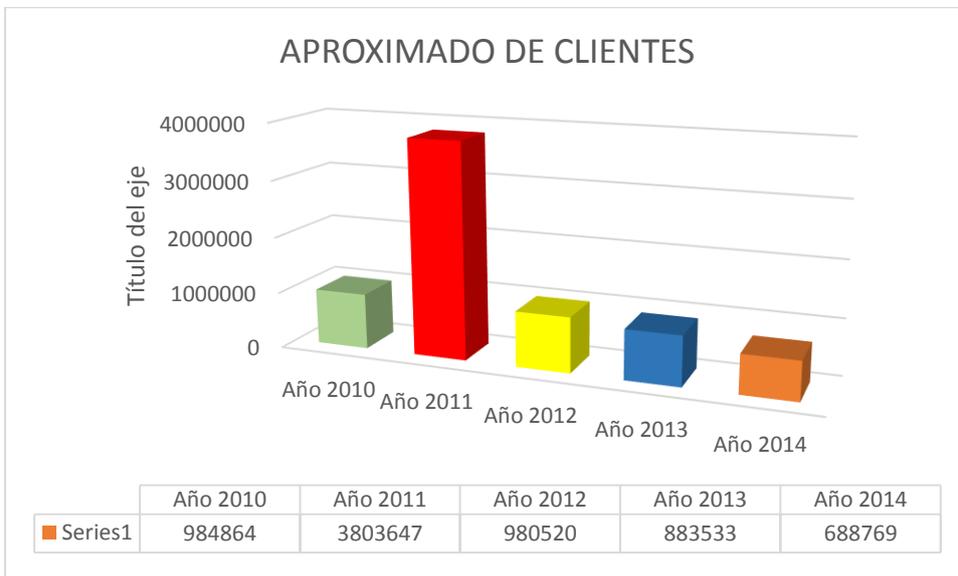


Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

11. Aproximación de clientes

Gráfico 64. Preferencias de los clientes

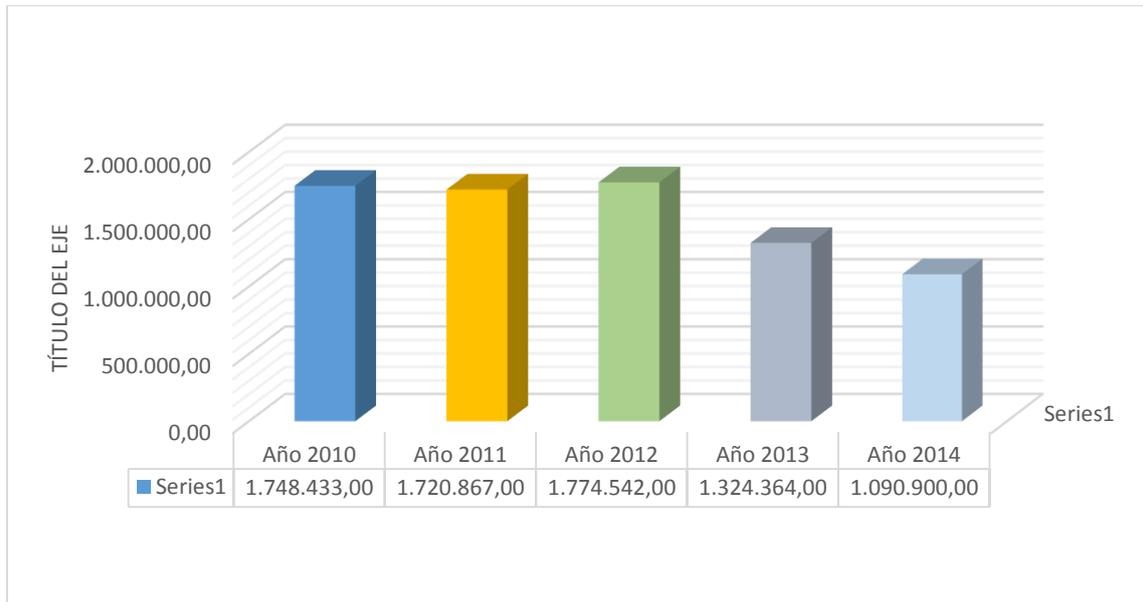


Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

12. Nivel de ingresos

Gráfico 65. Preferencias de los clientes



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

13. Cuantos trabajadores tiene en su empresa

Gráfico 66. Número de empleados



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

14. Que tan frecuentes son las capacitaciones a su personal

Gráfico 67. Capacitación de los empleados



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

15. Su personal cuenta con títulos de acuerdo a lo que hace?

Gráfico 68. Empleados titulados



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

16. Promociona algún sector turístico

Gráfico 69. Promoción de un sector turístico



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

17. Estrategias ambientales

Gráfico 70. Estrategias ambientales



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

18. Estrategias publicitarias que propondría al Gad municipal.

Gráfico 71. Estrategias ambientales



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

19. Que estrategias aplica a su personal

Gráfico 72. Estrategias con talento humano

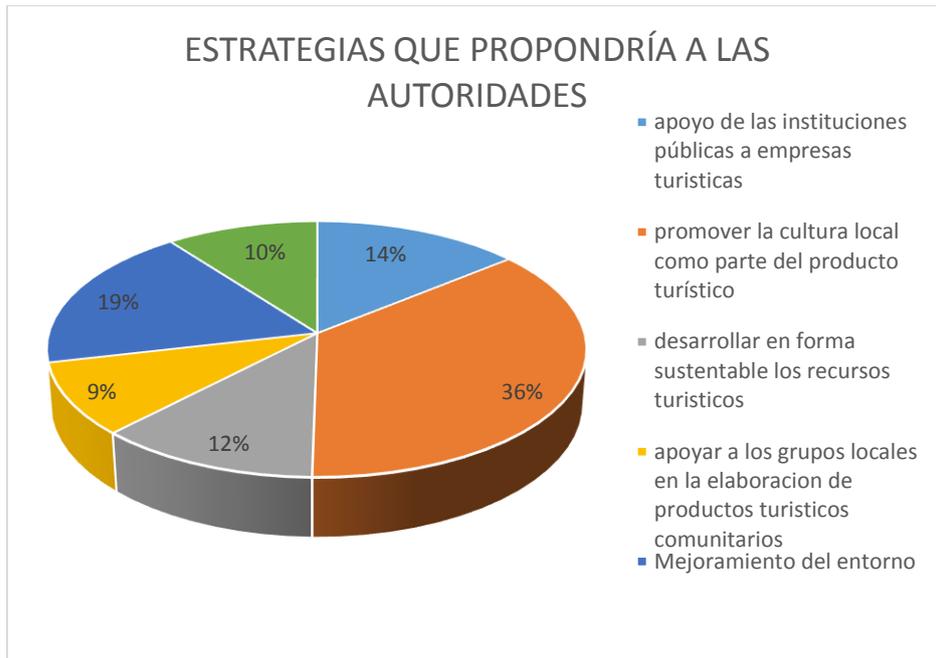


Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

20. Qué estrategia propondría a las autoridades.

Gráfico 73. Estrategias de las autoridades



Fuente: Servidores turísticos del cantón Ibarra

Elaborado por: El Autor 2016

Inversión e ingresos de turismo del cantón Ibarra



GAD MUNICIPAL DE SAN MIGUEL DE IBARRA DATOS INVERSIÓN DIRECCIÓN DE TURISMO



AÑO	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN (US \$)
2010	35000
2011	65000
2012	90000
2013	159000
2014	200000

Fuente: Historial presupuestario Dirección de Turismo - GAD Municipal de Ibarra

AÑO	RECAUDACIÓN POR CONCEPTO DE TASA DE TURISMO (US\$)
2010	28368
2011	28335
2012	28636
2013	32550
2014	38600